



Universidade de Aveiro
Ano 2009

Departamento de Economia, Gestão e Engenharia
Industrial

**INÊS CLÁUDIA RIJO
DE CARVALHO**

**TURISMO LITERÁRIO E REDES DE NEGÓCIOS:
PASSEAR EM SINTRA COM *OS MAIAS***



Universidade de Aveiro
Ano 2009

Departamento de Economia, Gestão e
Engenharia Industrial

**INÊS CLÁUDIA RIJO
DE CARVALHO**

**TURISMO LITERÁRIO E REDES DE NEGÓCIOS:
PASSEAR EM SINTRA COM OS *MAIAS***

dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Doutora Maria Manuel Rocha Teixeira Baptista, Professora Auxiliar do Departamento de Línguas e Cultura da Universidade de Aveiro e do Doutor Carlos Costa, Professor Associado com Agregação do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro

Aos que fazem do caminho o seu destino.

o júri

Presidente	Professora Doutora Maria Celeste Aguiar Eusébio Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro
Vogal – Arguente Principal	Professor Doutor Pedro Manuel dos Santos Quelhas Taumaturgo de Brito Professor Auxiliar da Universidade do Porto
Vogal – Orientador	Professora Doutora Maria Manuel Rocha Teixeira Baptista Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro
Vogal – Co-orientador	Professor Doutor Carlos Manuel Martins da Costa Professor Associado com Agregação da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Um agradecimento muito especial à Doutora Maria Manuel Baptista e ao Doutor Carlos Costa pela transmissão de sapiência e sobretudo de entusiasmo e motivação, sem os quais não teria sido possível percorrer todas as etapas deste longo e nem sempre fácil percurso queirosiano.

A todos os entrevistados no âmbito deste trabalho, pela simpatia e profissionalismo com que me receberam, expresso a minha gratidão: Divisão de Turismo de Sintra, Divisão do Património Histórico-Cultural, em especial ao Dr. José Manuel Gonçalves e Dr. João Rocha, Sintratur, Centro Cultural Olga Cadaval, Parques Sintra Monte da Lua, Associação Voando em Cynthia, Grupo Tivoli Hotels & Resorts, em especial à Dr^a Rita Alves Machado, Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa e Lawrence's Hotel.

Um obrigada também a todos os colegas com quem partilhei este caminho na Universidade de Aveiro, em especial à Lilian Neto e à Marília Durão, pelo seu companheirismo e amizade.

Agradeço ainda à Dra. Helena Castro, professora de Português, por todas as informações fornecidas e, sobretudo, por ter sabido cultivar de forma tão sábia um gosto profundo pela Literatura, em particular por *Os Maias*, sem o qual este trabalho não poderia ter sido realizado.

Por fim, as últimas palavras são para aqueles a quem não é possível expressar a gratidão pelo apoio e compreensão incondicionais ao longo não só deste itinerário, mas de uma senda mais longa e mais antiga – a vida: mãe, pai, avó e namorado.

palavras-chave

Turismo literário; teoria das redes; Sintra; Eça de Queirós

resumo

Pode a construção de itinerários literários incentivar a criação de redes de negócios, de modo a estimular a economia de um local? Reúne Sintra as condições para a criação de um itinerário turístico-literário em rede em torno da obra *Os Maias* de Eça de Queirós? São estas as questões que subjazem a esta dissertação. Para lhes dar resposta, recorreu-se a revisão bibliográfica, recolha de *best practices*, inquérito por entrevista semi-directiva a representantes das entidades a integrar na rede e análise do conteúdo das entrevistas, sendo estes dados compilados numa análise SWOT.

As *best practices* recolhidas sugerem que os itinerários literários têm potencial turístico e económico considerável. Os entrevistados, apesar de mencionarem alguns obstáculos à implementação do itinerário, consideram-no sobretudo como algo vantajoso. A análise SWOT aponta para a existência de condições favoráveis para a implementação de um itinerário turístico-literário em Sintra. Por fim, é apresentada a proposta de criação do itinerário referido. São propostos três pacotes dirigidos a três segmentos diferentes e oferece-se ainda a possibilidade de percorrer o itinerário de forma independente.

Calcula-se que o projecto possa gerar receitas significativas ao nível local, não só ao nível do sector do alojamento e da alimentação e bebidas, mas também ao nível do património e da cultura. Sugere-se o alargamento deste itinerário de modo a envolver outros locais associados a Eça de Queirós, bem como a realização de estudos de modo a verificar os impactes económicos decorrentes da implementação do projecto. O Turismo Literário é uma área ainda pouco estudada ao nível académico, nomeadamente no que concerne a associação entre Literatura e impactes económicos, pelo que se sugere o aprofundamento de estudos nestas áreas.

keywords

Literary Tourism; network theory; Sintra; Eça de Queirós

abstract

Can the creation of literary tours stimulate the development of business networks, so as to stimulate local economy? Does Sintra gather the required conditions for the building of a literary route round the places mentioned in the *The Maias*, Eça de Queirós's masterpiece? These are the questions that underlie this dissertation. In order to answer them, several research methods were used: bibliographical review; best practice analysis; inquiry by semi-directive interviews to representatives of the entities to include in the network; and content analysis. These data were listed in a SWOT analysis.

The best practices analysed suggest that literary tours have a considerable tourist and economic potential. Despite mentioning some obstacles to the implementation of a tour of this kind, the interviewed consider this project an asset both for their organisation and the destination. Hence, the SWOT analysis presents favourable results regarding the implementation of a literary tour in Sintra. Finally, the tour proposal is put forward. Three packages targeted at three different segments are presented. Support for the independent tourist is also taken into account.

It is estimated that this project might generate significant income at the local level, not only in the accommodation and food and beverage sectors, but also in the cultural heritage sector. In the future, the tour could be further developed in order to encompass other places associated with Eça de Queirós. Further research on the economic impacts of the project is recommended. Moreover, literary tourism is a sector not yet thoroughly studied, especially concerning the association between literature and economic impacts. Therefore, the deepening of studies in this field is suggested.

Índice de Tabelas	2
Índice de Figuras	2
1. Introdução e Metodologia	3
1.1. Introdução	3
1.2. Metodologia	5
2. Relação entre Turismo, Cultura e Literatura	7
2.1. Perspectivas sobre o Turismo	7
2.2. Perspectivas sobre a Cultura	9
2.3. Perspectivas sobre a Literatura	14
2.4. Relação Turismo/ Cultura/ Literatura no contexto do Pós modernismo	16
3. O potencial dos itinerários literários para a consolidação de redes de negócios	19
3.1. A formação dos guias/ mediadores turísticos em itinerários literários	20
3.2. Turismo literário como tipologia de Turismo	22
3.3. A importância da criação de redes de negócio para o estímulo ao desenvolvimento turístico	26
3.4. O potencial dos itinerários literários para a criação de redes de negócio e melhoria dos impactos económicos do Turismo	29
3.5. Levantamento de boas práticas no âmbito dos itinerários literários internacionais	33
3.6. Os itinerários literários em Portugal	37
4. Proposta de construção de um itinerário turístico-literário queirosiano em Sintra centrado na obra <i>Os Maias</i>	39
4.1. A criação de um itinerário queirosiano turístico-literário em Sintra: forças e fraquezas, oportunidades e desafios	40
4.1.1. Sintra e a região envolvente	40
4.1.1.1. Caracterização ao nível geográfico	40
4.1.1.2. Caracterização ao nível demográfico	42
4.1.1.3. Caracterização ao nível económico	43
4.1.1.4. Caracterização ao nível histórico e cultural	44
4.1.1.5. Caracterização ao nível turístico	47
4.1.1.6. Sintra: estratégias para o futuro	50
4.1.2. Itinerários Queirosianos	52
4.1.2.1. Levantamento dos itinerários queirosianos existentes em Portugal	52
4.1.2.2. O Roteiro Queirosiano em Sintra: análise estratégica	53
4.1.3. Análise das entrevistas aos potenciais parceiros a associar ao Itinerário Queirosiano	56
4.1.3.1. Caracterização das entidades em relação ao seu público-alvo e sazonalidade	58
4.1.3.2. Percepção das vantagens e desvantagens inerentes à associação a um itinerário turístico-literário queirosiano em rede	59
4.1.3.3. Avaliação do grau de <i>networking</i> com outras entidades	64
4.1.3.4. Percepção da relação Turismo – Cultura	65
4.1.3.5. Imagem de Sintra	66
4.1.4. Implementação de um itinerário literário-turístico em rede em Sintra: análise SWOT	68
4.2. <i>Os Maias</i> , <i>Eça de Queirós</i> e Sintra: uma proposta de criação de um itinerário literário em rede	71
4.2.1. Itinerário Turístico-Literário <i>Sintreando com Eça</i> : proposta	72
4.2.2. Descrição do produto turístico <i>Sintreando com Eça</i>	79
4.2.3. Estimativa do potencial económico e cultural dos itinerários propostos	88
5. Conclusões e recomendações	92
Anexos	97
Bibliografia	186

Índice de Tabelas

Tabela Nº 1: Definições de sítio literário	22
Tabela Nº 2: Itinerários Literários em Portugal	37
Tabela Nº 3: Tabela descritiva do Roteiro Queirosiano em Sintra	54
Tabela Nº 4: Análise SWOT: Forças e Fraquezas, Oportunidades e Ameaças da criação de um itinerário turístico-literário queirosiano em Sintra.....	68
Tabela Nº 5: Quadro descritivo do itinerário <i>Sintreando com Eça</i>	72
Tabela Nº 6: Tabela descritiva do pacote <i>No Rasto de Carlos da Maia</i> (segmento escolar).....	81
Tabela Nº 7: Tabela descritiva do pacote <i>Geração de 70</i> (segmento de "peregrinos literários")	83
Tabela Nº 8: Tabela descritiva do pacote <i>Ninho de Amores</i> (segmento de lazer; experiencial)	85

Índice de Figuras

Figura Nº 1: Classes de Uso do Solo em Sintra	41
---	----

1. Introdução e Metodologia

1.1. Introdução

Esta dissertação realiza-se no âmbito do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo. Segundo o documento de avaliação do II QCA (Costa, 2003), “as formas de ‘turismo especializado’ exercem uma pressão crescente em termos de inovação, desenvolvimento e qualificação dos produtos”. Este trabalho procura responder a esse objectivo de inovar e qualificar produtos numa área muito específica de “turismo especializado”: o Turismo Literário.

A questão que subjaz a esta tese é como pode a construção de itinerários literários incentivar a criação de redes de negócios, de modo a estimular a economia de um local. De modo a responder a este objectivo geral, foram delineados vários objectivos específicos. Procura-se contribuir para o desenvolvimento de uma metodologia possível para construção de redes de negócio com base em itinerários literários, avaliar o roteiro literário queirosiano actualmente existente em Sintra e criar um itinerário turístico-literário em rede com base na obra *Os Maias* de Eça de Queirós, que tenha impactes económicos positivos na região sem “plastificar” nem adulterar a Cultura.

Deste modo, começa-se por problematizar a relação entre Turismo, Cultura e Literatura. Para tal, são mencionadas as definições de Turismo de maior relevância para os objectivos deste estudo, sendo estabelecida a diferença entre definições pelo lado da oferta e pelo lado da procura. A concepção de Turismo que subjaz a este trabalho é a de uma actividade que engloba áreas receptoras, geradoras e de trânsito, que gera impactes no meio e que implica uma relação entre visitante e visitado. É dada especial ênfase às definições pelo lado da oferta, já que estas apontam para toda uma indústria associada ao Turismo, para os meios de quantificar o seu valor real e meios de optimizá-la, nomeadamente a Conta Satélite do Turismo. Em relação ao conceito de Cultura, a sua definição enquanto sistema semiótico permite compreender o modo como as trocas culturais decorrentes da actividade turística influenciam a cultura do visitante e do visitado e valorizam o papel de *buffer*, que poder ser assumido pelo *mediador* cultural em Turismo. Quanto à definição de Literatura, as correntes de teoria da Literatura mais recentes valorizam o papel do leitor, reconhecendo-se que é este quem, em última instância, dá significado à obra literária, sendo por isso co-autor da mesma. Esta concepção permite novos olhares sobre a relação leitor – obra – geografia literária: através do leitor/turista, a obra enriquece a paisagem e a paisagem enriquece a leitura da obra.

De seguida procura problematizar-se a relação entre os três conceitos analisados à luz do Pós-modernismo. Actualmente os produtos turísticos consumidos são cada vez mais inautênticos, hiperreais e “McDisneyzados”, segundo vários autores. O Turismo Cultural poderá propiciar experiências autênticas e facilitar a comunicação intercultural entre o visitante e o visitado, bem como a imersão temporária na cultura do Outro. Para além disso, o Turismo pode facilitar a obtenção de financiamento para a Cultura, já que esta faz parte do *core business* do Turismo.

Acrescente-se ainda que a aposta na Cultura poderá ser essencial para diferenciar um destino em relação à concorrência.

Na terceira parte, reflecte-se sobre o papel dos mediadores culturais como facilitadores no processo de aproximação entre visitantes e visitados, bem como sobre as exigências ao nível da sua formação. De seguida, com base em revisão de literatura, caracteriza-se o Turismo Literário enquanto tipologia de Turismo e o perfil do turista literário. É abordada a questão da importância da criação de redes de negócios para o desenvolvimento turístico e estima-se o potencial dos itinerários literários para a criação de redes de negócios e melhoria dos impactes económicos do Turismo. De modo a ilustrar o potencial dos itinerários literários, é apresentada uma recolha de boas práticas internacionais ao nível do Turismo Literário: os exemplos escolhidos são bastante heterogéneos entre si, o que revela como não há um único modelo do que seja um itinerário literário. Por fim, apresentam-se alguns itinerários literários existentes em Portugal, que são comparados às boas práticas internacionais recolhidas.

Na quarta parte caracteriza-se Sintra ao nível geográfico, demográfico, económico, histórico-cultural e turístico. A proposta de criação de um itinerário literário em rede é enquadrada ao nível de planos já existentes em Sintra. Procede-se a um breve levantamento dos itinerários queirosianos existentes em Portugal e de seguida avalia-se o itinerário literário queirosiano actualmente existente em Sintra com base em visitas e observações directas, bem como entrevista semi-directiva aos seus organizadores. No ponto seguinte sugere-se a formação de uma rede de negócios em torno de um itinerário literário baseado na obra *Os Maias* de Eça de Queirós. Este itinerário deve envolver empresas públicas e privadas, entidades públicas e associações sem fins lucrativos, organismos ligados ao Turismo e organismos ligados à Cultura. Os responsáveis de algumas destas entidades foram entrevistados, de modo a conhecer as relações que já estabelecem com outras entidades. A análise das entrevistas permite sobretudo averiguar o modo como estas entidades perspectivam a sua possível integração num itinerário queirosiano: vantagens e desvantagens decorrentes desta associação, bem como possíveis obstáculos e modos de os superar. Com base nos dados apresentados neste capítulo, é elaborada uma análise SWOT para avaliar as forças e fraquezas, oportunidades e desafios da criação de um itinerário queirosiano com fins turísticos envolvendo diversas entidades em Sintra.

De seguida, é apresentada a proposta de consolidação de uma rede de negócios em torno de um itinerário queirosiano em Sintra. São apresentados os objectivos deste itinerário, públicos-alvo, parceiros a incluir, definição da política do produto, da comunicação, da distribuição e parâmetros para avaliação do sucesso da implementação do projecto. São ainda incluídas brochuras e sugere-se a disponibilização de áudio-guias de modo a este percurso poder ser percorrido de forma independente. Para além disso, são criados três pacotes turísticos dirigidos a três públicos-alvo distintos. Por fim, reflecte-se sobre o potencial destes produtos para o panorama cultural sintrense e estima-se o seu possível contributo para a economia local e para os parceiros envolvidos.

1.2. Metodologia

Na primeira parte deste trabalho, relativa aos conceitos de Turismo, Cultura e Literatura, procedeu-se a uma revisão de literatura de modo a defini-los, recorrendo-se, para tal, a estudos de vários autores consagrados nas diversas áreas: Smith, Ricoeur, Lotman, Eco, entre outros. Recorreu-se também a revisão de literatura para estabelecer a formação que o mediador em Turismo Cultural deve possuir, bem como para reflectir sobre o potencial da teoria das redes. A tese de Costa (1996) e a obra de Scott et al. (2008) constituíram o principal suporte na argumentação teórica relativa às redes.

Para definir Turismo literário recorreu-se também a revisão de literatura, tendo sido os artigos de Herbert (1996 e 2001) as principais referências utilizadas. No entanto, os estudos de Herbert são muito centrados em sítios literários e não em itinerários literários. Em relação ao capítulo sobre o potencial dos itinerários literários para as redes de negócios procedeu-se a revisão de literatura. No entanto, é de salientar a escassez de literatura relativamente ao potencial económico dos itinerários literários, o que dificultou a construção de hipóteses de trabalho neste estudo. Muitos dos artigos existentes enquadram-se no campo dos estudos literários e poucos no âmbito do Turismo e, dentro destes, muito poucos focam o estudo do seu potencial económico. Devido a esta escassez de literatura, por um lado, e, por outro lado, às semelhanças e frequente associação entre Turismo literário e Turismo cinematográfico, algumas das conclusões de um estudo sobre Turismo cinematográfico (Olsberg|SPI, 2007) foram extrapoladas para o Turismo Literário.

Para a recolha de boas práticas internacionais recorreu-se à pesquisa na Internet. Foram encontrados pacotes no âmbito do Turismo Literário com a duração de vários dias, o que sugere que há procura por este tipo de produto e que quem o oferece não são apenas agentes culturais, mas também empresas que têm fins lucrativos. A informação recolhida é apresentada em tabelas e a informação sobre o modo como a oferta está organizada segue a divisão dos bens e serviços sugerida na Conta Satélite do Turismo, em bens e serviços específicos (Hotelaria, Alimentação e Bebidas, Transportes, Serviços Culturais...) e bens e serviços conexos. Durante o processo de pesquisa por boas práticas foi possível encontrar dois projectos que se destacam: *Rheinischer Sagenweg* e *Deutsche Märchenstraße*. Nestes projectos há uma cooperação entre várias entidades do sector público e privado, a nível regional ou mesmo supra-regional em torno de um tema: as lendas e mitos do Reno (*Rheinischer Sagenweg*) e os contos de fadas dos irmãos Grimm (*Deutsche Märchenstraße*). Para a recolha dos itinerários literários em Portugal recorreu-se a pesquisa na Internet e a catálogos de bibliotecas.

No quarto capítulo, sobre a caracterização de Sintra, procedeu-se a revisão de literatura, incluindo dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), do Plano de Desenvolvimento Estratégico de Sintra e do Plano de Gestão da Paisagem Cultural de Sintra. A avaliação do Roteiro Queirosiano actualmente existente em Sintra é feita através de observação directa e entrevista semi-directiva com os dinamizadores do mesmo. A observação foi feita em Janeiro de

2009, dia em que uma turma de um colégio de Lisboa participou no roteiro. Na tarde do mesmo dia realizou-se a entrevista.

Os responsáveis pelas entidades que integram o itinerário proposto foram auscultados mediante entrevista semi-directiva. Alguns foram entrevistados em Janeiro (Palácio da Pena), outros em Fevereiro (Sintratur, Grupo Tivoli e associação Voando em Cynthia) e outros em Abril (Centro Cultural Olga Cadaval, Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa e Lawrence's Hotel). O espaçamento temporal na realização das entrevistas justifica-se, em parte, pela dificuldade em contactar algumas das entidades, mas também pela necessidade de avançar na redacção da dissertação para melhor poder avaliar a necessidade de realizar mais entrevistas. Estas foram marcadas por telefone e por e-mail antecipadamente. Algumas entidades não responderam a sucessivos contactos telefónicos e por e-mail. As entidades entrevistadas não correspondem à totalidade dos elementos a integrar na rede, mas são as mais significativas. Procurou incluir-se organizações do Turismo e da Cultura, públicas, privadas e sem fins lucrativos.

Utilizou-se a técnica de análise de conteúdo para trabalhar os dados recolhidos nas entrevistas. Procurou-se compreender se a concretização de um itinerário turístico-literário queirosiano em Sintra é desejada por parte dos inquiridos, bem como perceber os principais entraves que possam vir a dificultar a consolidação desta rede. Deste modo, as entrevistas procuraram recolher informação de carácter qualitativo. O guião utilizado nas entrevistas foi ligeiramente alterado para cada uma das atracções. Por exemplo, no inquérito realizado na Fábrica das Queijadas da Sapa incluiu-se uma pergunta sobre a possibilidade de haver visitas guiadas à fábrica, de modo a explicar aos visitantes o modo com as queijadas são concebidas. O guião utilizado para a entrevista com os dinamizadores do Roteiro Queirosiano foi diferente dos restantes, pois muitas das questões dos outros inquéritos não faziam sentido neste guião, fazendo, sim, mais sentido compreender o modo como os entrevistados encaram um possível aproveitamento turístico dos itinerários. A análise SWOT é realizada com base nas conclusões retiradas das entrevistas e na caracterização multidimensional de Sintra realizada anteriormente.

A redacção da proposta de construção de um itinerário literário queirosiano em Sintra baseia-se nos dados obtidos mediante a revisão bibliográfica e o estudo empírico realizado, que foram objecto de análise na secção que a antecede. A proposta foi organizada seguindo a estrutura de um documento enviado por e-mail, "Fragen zur Deutschen Märchenstraße" (comunicação pessoal, 24 de Fevereiro de 2009), pelos organizadores da *Deutsche Märchenstraße*. Foram introduzidas alterações significativas ao mesmo, de modo a adaptá-lo à realidade do itinerário em questão. As tabelas relativas aos três pacotes oferecidos são baseadas no primeiro quadro, que caracteriza genericamente o produto a oferecer. O panfleto principal, com um texto introdutório e lista de contactos das entidades envolvidas no itinerário, foi também inspirado num documento enviado por correio pela organização da *Deutsche Märchenstraße*.

Por fim, procura calcular-se o potencial económico, literário e cultural da criação de um itinerário literário queirosiano em Sintra. Para tal, são apresentados dois quadros que mostram o modo como as receitas são distribuídas por cada uma das entidades envolvidas, sendo estas

agrupadas segundo a sua propriedade (pública, privada...) e a divisão em bens e serviços específicos e característicos proposta pela Conta Satélite do Turismo (Hotelaria, Alimentação e Bebidas, Transportes e Rent-a-car...). As quantias constantes das tabelas correspondem a preços estimados a partir dos preços praticados por cada fornecedor de serviços. São ainda apresentadas duas tabelas que sumariam os resultados das tabelas anteriores. Retiram-se conclusões sobre o potencial do itinerário a diversos níveis, nomeadamente, para o estímulo do interesse pela Literatura Portuguesa, o prolongamento da estadia dos visitantes, a atracção de segmentos de qualidade e o *destination branding*¹.

2. Relação entre Turismo, Cultura e Literatura

Neste capítulo procura-se problematizar sumariamente a relação entre Turismo, Cultura e Literatura. Para tal, torna-se necessário começar por definir estes conceitos, enquadrá-los no contexto cultural da Pós-Modernidade, bem como salientar as implicações desta contextualização para o modo como os produtos culturais e turísticos são (re)produzidos: a crescente tendência para a diluição entre produção artística e comercial e o risco da perda de autenticidade são as principais dificuldades com que os gestores turísticos de produtos culturais se debatem. Procura-se, deste modo, expor os inconvenientes, mas também sublinhar as sinergias que podem resultar das relações entre estes conceitos, especificamente no contexto da sua fusão no Turismo Cultural e Literário.

2.1. Perspectivas sobre o Turismo

Ao longo das últimas décadas têm sido apresentadas várias definições para o conceito de Turismo. O facto de este conceito carecer de uma definição universal e unanimemente aceite é, segundo Costa (1996), uma consequência das mudanças que este sector tem vindo a sofrer nas últimas décadas, derivando ainda da dificuldade em delimitá-lo.

Uma vez que a questão das definições de turismo está amplamente discutida noutros trabalhos (Burkart & Medlik, 1981: 41-49; Cooper et al., 2005: 13-15; Costa, 1996; Holloway, 1989: 9-21; Middleton, 1988: 3-11; Murphy, 1985: 3-16), procura incluir-se aqui meramente as que têm maior relevância para esta dissertação, sendo estabelecido um contraste entre definições pelo lado da oferta e pelo lado da procura e suas implicações, nomeadamente para o cálculo do valor real do sector do turismo. Sem pretender discutir as definições de Turismo, centremo-nos nos conteúdos que delas emanam.

As definições pelo lado da procura apoiam-se na definição de “turista” para definir “turismo”, tornando-se assim algo circulares. No entanto, foram estas definições que imperaram ao longo de várias décadas e só nos últimos anos se têm afirmado as definições pelo lado da oferta. Uma das definições pelo lado da procura mais relevantes no contexto desta pesquisa é a de Leiper (1979), que enfatiza a ideia de que o turismo compreende um sistema relacionado com a deslocação de

¹ Por *destination branding* entende-se o processo de criação de marcas para áreas-destino.

pessoas para fora da sua área habitual de residência, por uma ou mais noites, excepto deslocações com o objectivo da obtenção de remunerações nas áreas visitadas e/ou em trânsito. O sistema turístico engloba assim os turistas, as áreas geradoras e receptoras de turismo, as regiões de trânsito e ainda uma indústria do turismo que lhes está associada, estando estes elementos ligados espacial e funcionalmente. Uma vez que se trata de um sistema aberto, este interage com sistemas ambientais, culturais, sociais, económicos, políticos e tecnológicos (Leiper, 1979).

Já a definição de Mathieson & Wall (1990), para além de referir esse movimento de pessoas para fora da sua área habitual de residência e trabalho, actividades realizadas durante essa estada, bem como os equipamentos e infra-estruturas construídos para o turista, foca os impactes económicos, ambientais, socioculturais criados pelos turistas nas comunidades receptoras. Murphy (1985) defende uma abordagem comunitária, enfatizando que o turismo deve ser perspectivado tendo em conta as relações entre residentes e turistas.

As definições pelo lado da oferta centram-se no conjunto de actividades de negócio que fornecem bens e serviços àqueles que viajam para fora do seu local de residência por motivos de lazer ou negócio. Deste modo, Smith (1995) define turismo como um agregado de actividades de negócios que, de forma directa ou indirecta, fornecem bens e serviços àqueles que se deslocam para fora da sua área de residência habitual, suportando assim as suas actividades de lazer ou de negócio. De entre estes bens e serviços fornecidos, Smith distingue dois grupos com características distintas: aqueles que são supridos quase na sua totalidade para os turistas (ex. linhas aéreas, hotéis, alguns restaurantes, operadores turísticos, agências de viagens, etc.); e aqueles que são para actividades turísticas ou não turísticas (ex. actividades utilizadas pelos turistas e pelas comunidades locais, tais como certos restaurantes, táxis, supermercados, etc.).

Este tipo de definições com base nos produtos e não com base nos consumidores é o tradicionalmente adoptado para definir qualquer indústria; no entanto, durante várias décadas o Turismo não foi concebido e definido desta forma, tendo sido definido pelo lado da procura (Smith, 1995). No entanto, considera-se que uma definição pelo lado da oferta é um ponto de partida essencial para estimar o verdadeiro impacte económico do sector e assim proceder à definição de políticas e estratégias mais adequadas para o mesmo.

Com o objectivo de medir o impacto efectivo do turismo nas economias mundiais, a Organização Mundial do Turismo (OMT), a par com outras organizações, desenvolveu a Conta Satélite do Turismo (CST). Este instrumento revela as contribuições do Turismo para o PIB e o emprego, as receitas dos impostos geradas pelo Turismo, os impactes do Turismo na balança de pagamentos, o valor do consumo turístico, bem como a posição do Turismo em relação a outros sectores (OMT, 1999).

Conciliar todas estas perspectivas sobre o Turismo implica reconhecer que o Turismo é uma actividade com impactes no meio e em que se estabelece uma relação entre o visitante e o visitado. Para além disso, o sistema turístico engloba áreas receptoras, geradoras e de trânsito,

que têm uma indústria do Turismo a elas associada, que abarca diversos ramos de actividade e que importa conhecer, de modo a definir estratégias de planeamento adequadas.

2.2. Perspectivas sobre a Cultura

O conceito de cultura é “difuso” e “confuso” (Baptista, 2009: 7). Neste capítulo procura-se acompanhar algumas das maiores transformações desta noção, de modo a entender a actual compreensão deste conceito, nomeadamente no âmbito do Pós-Modernismo.

Num sentido lato, a fala, a religião, a arte, o desporto a ciência ou tecnologia são produtos da cultura. Num sentido mais restrito, cultura pode ser um objecto de estudo da etno-antropologia, se entendida como todo o conjunto de actividades lúdicas, utilitárias, intelectuais ou afectivas que caracterizam um certo povo. O termo pode ainda ser restringido à designação de um conjunto de artes lúdicas (poesia, música, dança...), excluindo a ciência e a tecnologia (Saraiva, 1993).

Segundo Halliday, cultura compreende as mais criativas conquistas do ser humano, sendo a história da cultura uma espécie de “odisseia espiritual”, uma história da sua arte e pensamento, englobando ainda as forças políticas, económicas, religiosas e sociais que o determinaram e modificaram (Halliday, 1981).

Do mesmo modo, para Hegel, a identidade é um processo que implica um momento de alienação para que a tomada de consciência de si próprio seja possível. A identidade implica um momento de objectivação, a cultura, para depois se subjectivar e se descobrir como idêntica a si própria. A cultura constitui umas das formas de objectivação, permitindo a alienação do espírito, na medida em que os produtos culturais são produzidos pelos seres humanos, reflectindo os seus padrões de vida e gostos. A objectivação das características identitárias dos povos é importante, mas só a Filosofia permitirá a conclusão do processo de auto-identificação de cada povo e a compreensão do seu papel na História (Hegel, 1965; Hegel, 1993; Hegel, s/d). Já para Baptista (2009), a inserção de uma cultura no contexto da comunidade mais lata é o que leva a que esta assimile o ponto de vista externo sobre si e se aperceba como cultura específica.

Nietzsche critica a moral hegeliana, procurando desmascarar os valores e preconceitos universalmente aceites. Critica a cultura moderna e a civilização ocidental, uma vez que esta aceita acriticamente e sem qualquer selectividade todos os estilos culturais, por um lado e, por outro lado, porque se interessa apenas pelo conhecimento que está orientado para o mundo do trabalho. O filósofo considera que a cultura moderna tem de desaparecer dada a sua incapacidade de distinguir o autêntico do inautêntico, o original da imitação, devido à inexistência de um núcleo no seu seio que lhe permita diferenciar o que lhe é próprio do que lhe é estranho. Nietzsche critica o Cristianismo, cujos valores impregnariam a cultura ocidental, e que concentraria em si tudo o que é negativo e decadente, conduzindo ao nihilismo passivo e a uma decadência moral. O Estado e a Igreja, detentores de poder político e social, manipulariam a cultura para poderem

manipular os cidadãos, levando à degeneração da cultura, devido à utilização das suas forças criativas para fins alheios (Baptista, 2009; Nietzsche, 1976; Nietzsche, 1996).

Cassirer é um filósofo neokantiano, na medida em que preconiza o regresso à filosofia de Kant, opondo-se ao hegelianismo, alegando que este não dá respostas aos problemas sociais, históricos e políticos. O ser humano é sobretudo um *animal symbolicum*, na medida em que coloca um sistema de signos entre si e o mundo, o que lhe proporciona a possibilidade de civilização. Este universo simbólico permite-lhe que se distinga das demais espécies, pois possibilita-lhe o pensamento, processo lento e complexo que retarda as suas respostas. O autor defende uma visão estrutural da Cultura e não uma visão histórica, devendo, para tal, a filosofia procurar uma visão sintética, universal e não uma análise de todas as formas de cultura humana individuais, já que, para si, a cultura tem como que uma vida própria que lhe permite persistir para além da existência individual de cada ser humano (Cassirer, 1960; Cassirer, 1991; Cassirer, 1995; Cassirer, 1998).

Para Eliot, poeta modernista, dramaturgo e crítico literário britânico e norte-americano, a cultura é um sistema orgânico de crenças partilhadas que levam a um determinado estilo de vida (“way of life”). Tal como Cassirer, Eliot procura uma cultura universal. Assim, a sua concepção de cultura oscila entre a valorização das culturas tradicionais e o ideal de uma cultura universal. No entanto, a actual globalização da cultura, ao invés de ser universalização da cultura, significa a sua própria destruição, pois os seus agentes são os actores do mercado global e não os actores culturais (poetas, artistas...). Porém, esta unidade cultural parece-lhe ser passível de ser atingida, sem destruir a especificidade da cultura, ao nível nacional, através do Estado, que pode dar alguma unidade a “culturas periféricas” (Eliot, 1996).

Já para Simmel (1998), a sociedade consiste numa “rede de padrões de interacção que se estabelece entre os indivíduos” (Baptista, 2009: 24). A obra deste sociólogo oscila entre a celebração do progresso liberal e o pessimismo cultural. Simmel acredita no aumento da liberdade e individualidade do sujeito, na medida em que o padrão emergente da multiplicidade de relações que este estabelece com outros elementos da sociedade o torna irrepetível, conferindo-lhe maior liberdade. Por outro lado, o autor denota um pessimismo cultural, na medida em que a divisão do trabalho na sociedade moderna fez diminuir o número de criadores culturais. Deste modo, apesar de o universo cultural ser produzido pela Humanidade, o indivíduo encara-o como um mundo que lhe é estranho em certa medida, pois não foi ele quem o produziu. Para além disso, as contradições do espírito levam a que este se sinta simultaneamente atraído e rejeite as suas próprias produções, já que a sua vida subjectiva é limitada no tempo, mas está em constante mutação, enquanto as suas criações, apesar de intemporais, são imutáveis. Esta estabilidade dos produtos culturais como que “mata a vida”, porque a cristaliza num “produto cultural”.

Simmel influenciou diversos autores, nomeadamente da Escola de Frankfurt, que reuniu na década de 1920 um grupo de filósofos de tendências marxistas. Os conceitos “indústria cultural” e “cultura de massas” provêm destes filósofos. Segundo Adorno, o primeiro teórico da escola de Frankfurt, a indústria cultural serve o capitalismo, na medida em que este usa a cultura para criar

pseudo-necessidades, importantes para alimentar o sistema económico. Deste modo, as indústrias culturais procuram transformar o ser humano num mero trabalhador e consumidor, manipulado e formatado, desprovido de espontaneidade e vontade própria, reprogramado para ser uma simples peça na engrenagem do sistema económico. Esta indústria é poderosa e tenta dissolver todos os outros tipos de cultura (erudita, popular, nacional, clássica...) através da desvalorização sistemática destas propostas como sendo de “mau gosto”. Adorno propõe a “salvação” do ser humano pela arte, para que este seja verdadeiramente humanizado e não um mero objecto de trabalho e de consumo acrítico (Adorno, 1970; Adorno et al., 1950; Adorno & Horkheimer, 1972).

Já para Horkheimer (2000), a arte, apesar de não poder modificar a sociedade, tem a capacidade de transformar a consciência daqueles que têm o poder para intervir na ordem do mundo. Para o autor, o pensamento cientificista tem a veleidade de ser mais rigoroso e dominante no paradigma actual. No entanto, esta cientificidade é puramente abstracta e desenraizada da sua própria realidade, pelo que Horkheimer sublinha a necessidade de articular a ética e a política com as actividades culturais. Neste contexto, a arte é fundamental para ultrapassar as limitações do positivismo científico e humanizá-lo.

Habermas, à semelhança de Horkheimer, critica o tecnicismo, o positivismo e a ilusão de objectividade que as ciências procuram veicular. Para o autor, há interesses que estão na base do conhecimento científico e da pretensão de cientificidade, pelo que a teoria deve ser crítica e construir-se em prol de um futuro revolucionário. A cultura estaria então para lá da própria ciência (Baptista: 2009).

Marcuse (1964) refere a indústria cultural como um instrumento de controlo do Proletariado por parte do capitalismo, que tem como fim a anulação do potencial reivindicativo da classe: através da criação de falsas necessidades, os indivíduos são encaixados de forma mais eficaz no sistema de produção e consumo.

Para Benjamin, ainda da Escola de Frankfurt, as técnicas de reprodução do objecto cultural modernas, sobretudo o cinema, levam à perda da “aura” de uma obra de arte, i.e. do seu carácter singular, devido às múltiplas reproduções do original. Apesar disso, Benjamin tem uma postura optimista, contrastando por isso com Marcuse, já que acredita que estas técnicas de reprodução, ao permitirem o contacto das massas com a arte, disponibilizam um instrumento eficaz de renovação das estruturas sociais (Benjamin, 1971; Benjamin, 1973; Benjamin, 1975; Benjamin, 1985).

Lotman, semioticista e estruturalista, propõe uma visão sistémica da cultura, utilizando o conceito de “semiosfera” para designar a cultura no âmbito dos estudos semióticos², com o objectivo de compreender o modo como as diversas culturas se relacionam, através da criação de

² A semiose é qualquer forma de actividade ou processo que envolve signos, incluindo a produção de significado. Este termo foi introduzido por Charles Pierce para designar uma acção que envolve a cooperação de três elementos, o signo, o objecto e os interpretantes, numa relação necessariamente triádica (Pierce, 1935).

códigos, sistemas de signos e linguagens de elevada complexidade (Lotman, 1996). Para Lotman, cultura é a “memória não hereditária de uma comunidade”, não sendo um mero “acervo de informação”, mas englobando também “mecanismos de elaboração e comunicação (...) desse depósito informativo” (Silva, 2005). A cultura gera estrutura, cria uma sociosfera que é essencial para a relação do ser humano com o mundo, dando-lhe significado, tal como a biosfera é essencial ao aparecimento e desenvolvimento de vida orgânica (Lotman, citado em Silva, 2005). A cultura apresenta-se, deste modo, como um “feixe de sistemas semióticos”, hierarquizados, com variável capacidade modelizante (Silva, 2005: 94).

Lotman questiona o modo como uma cultura compreende outra, de modo a formar sistemas. Para que a semiose seja possível, para que haja comunicação e para que a linguagem funcione, esta tem de ocorrer no contexto da semiosfera. Os sentidos produzidos no espaço extra-semiótico são entendidos como “não-sentidos”. Mesmo dentro de uma cultura há um conjunto de linguagens, pelo que cada membro dessa cultura é “poliglota”. Lotman chama a atenção para a necessidade de *buffers*³ ou tradutores bilingues que possam semiotizar o estranho e estabelecer pontes para favorecer o processo de compreensão. O contacto com estruturas externas é importante para a tomada de consciência do traço distintivo da semiosfera (Lotman, 1996). No contexto do Turismo, importa salientar a importância e a necessidade de *buffers*, de modo a que a comunicação intercultural seja possível.

Segundo Lotman, existe um paralelo entre a estrutura bi-hemisférica da consciência individual e o mecanismo poliglota da semiótica cultural, existindo por isso tendências dextro-hemisféricas e sinistro-hemisféricas na cultura. A tendência dextro-hemisférica caracteriza-se pelo elevado vínculo do objecto cultural com a realidade exterior, pela interpretação simplificada e “prática” de conteúdos da memória. Já a tendência sinistro-hemisférica da cultura pauta-se pela criação de modelos semióticos encerrados em si próprios, sem vínculo com o real, uma vez que a consciência procura encontrar por si só novos caminhos, no denominado “jogo semiótico da consciência”. Enquanto a tendência dextro-hemisférica leva a que a cultura se volte para o mundo, estando associada à estereotipia, ao *kitsch* e à folclorização, a tendência sinistro-hemisférica permite uma reflexão mais profunda sobre as vivências e uma maior mudança e criatividade cultural (Lotman, 1996). Lotman vê a cultura como “algo dinâmico, capaz de gerar sentido, e não como um mero receptáculo” (Baptista, 2009: 63).

Lyotard refere que o pós-modernismo se caracteriza pela impossibilidade de as culturas das sociedades ocidentais voltarem a acreditar em meta-narrativas como as que definiram a cultura ocidental durante a modernidade, tais como histórias universais e paradigmáticas da religião ou da filosofia (Baptista, 2009). Em vez disso, a vida no mundo pós-moderno tende a organizar-se em torno de micro-culturas locais e regionais, partilhadas por pequenos grupos (Baptista, 2009).

³ “Buffers” são mecanismos semióticos com carácter estrutural e funcional que permitem que o sistema funcione, permitindo-lhe que se “abra” ou “feche” ao exterior, de modo a que seja possível receber informação nova, mas sem perder a identidade própria (Lotman, 1996).

Foucault, também no contexto do pós-modernismo, centra-se na análise das práticas discursivas, nomeadamente na análise dos discursos dominantes e dos discursos reprimidos ou esquecidos, como forma de determinar aquilo que a cada momento é considerado culturalmente aceitável (Foucault, 1983; Foucault, 1991; Foucault, 1995; Foucault, 1997).

Derrida (1967), desconstrucionista, critica o logocentrismo da cultura ocidental, i.e. a centralidade do *logos* (palavra grega que significa *palavra* ou *razão*) em qualquer texto ou discurso. O *logos* veicula uma verdade tida como inalterável, definida por uma autoridade exterior. Para chegar à verdade, Derrida propõe o recurso à ironia, ao paradoxo e à manipulação textual, de modo a desconstruir o texto.

Baudrillard (1997) refere a dissolução das fronteiras entre o real e o imaginário, o verdadeiro e o falso, a construção de modelos do real sem origem na realidade e a construção do real a partir de simulacros (cf. Capítulo 2.4.).

Hoje em dia, num mundo homogeneizado e “mcdonaldizado” (Ritzer, 1997), o termo “cultura” é tão vasto que se encontra esvaziado de sentido. A cultura torna-se objecto de consumo, satisfazendo objectivos instrumentais, e está desprovida do seu carácter de auto-reflexão (Baptista, 2009). Deste modo, Baptista (2009) defende que todo o pensamento no âmbito da cultura deve começar pela desconstrução do termo “cultura”. A autora defende que o global não é mais do que “localismo globalizado”, frequentemente escondido, de modo a originar um novo imperialismo cultural. A resistência a esta hegemonia tem dado origem a lutas pela liberdade e pluralidade política, identitária e linguística. A sociedade de massas tem substituído o povo, a nação e o artista enquanto produtores culturais, com a consequente perda do aspecto ético da cultura e da noção de cultura como *Weltanschauung* (Baptista, 2009).

Como se pode constatar, a cultura moderna tem sido amplamente criticada por diversos autores, na medida em que estes apontam a sua utilização por parte das indústrias culturais de modo a convertê-la num instrumento de consolidação do sistema capitalista. Este uso leva à destruição da própria cultura. Esta concepção coloca problemas à produção cultural no âmbito do Turismo Cultural, pois a sua transformação num produto leva à sua cristalização, como Simmel sublinha. Por outro lado, alguns agentes do Turismo, levados por motivações económicas, poderão deturpar a essência da cultura em prol do lucro.

Apesar da crítica que diversos autores fazem ao aproveitamento da cultura por parte do capitalismo, alguns são mais optimistas, tais como Benjamin, já referido, e Vatimmo (1991), para quem a complexidade das sociedades pós-modernas e as oportunidades oferecidas pelos *media* abrem, apesar de tudo, espaços de liberdade ainda por explorar e desenvolver. A visão que Lotman tem da cultura como um sistema de trocas, e a sua referência à necessidade de *buffers* para permitir a compreensão intercultural, permite a valorização do Turismo Cultural e do papel dos mediadores culturais no Turismo. Na verdade, estes permitem que as diferenças interculturais se tornem num fonte de enriquecimento do visitante e do visitado, abrindo-lhes novos horizontes, cumprindo assim a tarefa da cultura que, para Baptista (2009), é humanizar, ultrapassando a “unidimensionalidade da civilização” (Baptista, 2009) e promovendo a comunicação intercultural.

2.3. Perspectivas sobre a Literatura

O termo “literatura” surgiu na segunda metade do século XV e deriva epistemologicamente do termo “littera”, que significa “letra”. Até ao século XVIII, “literatura” designava o saber e a ciência em geral, sendo os termos “poesia”, “eloquência”, “verso” utilizados para designar o que hoje é denominado “literatura”. Ao longo do século XVIII, a palavra “literatura” adquire uma polissemia crescente (Silva, 2005).

O conceito actual de Literatura, envolvendo os significados fundamentais que hoje tem, uma arte particular e o conjunto de textos resultantes dessa actividade criadora, deu-se sobretudo a partir do século XVIII, devido ao desenvolvimento da ciência e da tecnologia, que impossibilitaram que se continuasse a englobar obras de carácter científico e tecnológico no âmbito das “belas-letras”. Por outro lado, com o avultar de textos em prosa, a designação *poesia* tinha deixado de ser adequada para englobar esse conjunto de textos (Silva, 2005).

Na época positivista eram consideradas literárias todas as obras escritas que representassem uma civilização, independentemente de possuírem ou não elementos de ordem estética. Como reacção a esta concepção, os movimentos de teoria e crítica literárias *New Criticism* e formalismo russo advogaram que são as características estruturais peculiares, de ordem estética, que diferenciam os textos literários dos não-literários. Defendiam, deste modo, uma definição referencial de literatura, assente no conceito de “literariedade” (“literaturnost”), que definiram como “aquilo que faz de uma determinada obra uma obra literária” (Jakobson, 1973).

Contudo, esta definição de Literatura essencialista foi também alvo de objecções, em parte porque vários autores consideravam que não há nenhum conjunto de traços que todas as obras literárias tenham em comum e que seja necessário ou suficiente para que sejam obras literárias. Wittgenstein critica este tipo de definições, na medida em que considera que perguntas do tipo “o que é”, que perguntam pela “essência”, não têm significado, pois estão isoladas do “jogo da linguagem” e o significado de uma palavra é o seu uso na linguagem. Para Wittgenstein não há um nexó essencial entre a designação e o designado: a designação é um mero nome (Silva, 2005).

O conceito de sistema modelizante⁴ do mundo introduzido por Lotman em 1962 e, mais especificamente, a introdução da concepção de literatura enquanto sistema modelizante secundário, foi de uma grande relevância na análise da problemática da literatura enquanto sistema semiótico, na medida em que ao conceber a literatura como um processo de semiose, de comunicação, é valorizado o papel do autor (emissor), da obra (mensagem) e do leitor (receptor) (Silva, 2005). Eco, enquadrado nesta concepção, defende que o processo de significação de uma obra só existe na medida em que se manifestar num processo de comunicação (Eco, 1985).

⁴ “A modelização do mundo realiza-se em qualquer sociedade humana, através de um determinado número de sistemas semióticos coexistentes e complementares. (...) Os sistemas modelizantes (...) permitem ao

O sistema semiótico literário é construído sobre a língua natural (sistema modelizante primário), mas dispõe de um sistema próprio de signos e regras, de modo a transmitir comunicações não transmissíveis por outros meios (Silva, 2005). Para Silva (2005), a comunicação literária não é um subsistema da comunicação linguística, mas sim um supra-sistema, na medida em que não implica a realização de todos os factores canónicos da comunicação linguística: a comunicação literária realiza-se na ausência de um determinado contexto de situação e em conformidade com um sistema especial de regras pragmáticas aceites tanto pelo emissor como pelos receptores. Schmidt (1976) designou esse conjunto de regras de “ficcionalidade”, que prescrevem o modo como os leitores devem relacionar o mundo do texto literário e o mundo empírico. São o resultado da institucionalização e da aculturação e não uma propriedade do texto em si. (Schmidt, 1976). Umberto Eco refere a importância do leitor que, embora não tendo um papel determinante, coopera com as estruturas existentes na obra, já que “um texto quer que alguém o ajude a funcionar” (Eco, 1983).

Deste modo, na investigação literária contemporânea a função do receptor/leitor é cada vez mais valorizada. Na estética da recepção, desenvolvida a partir de finais da década de 60, a literatura é considerada um processo de comunicação em que o principal pólo é o leitor. Para Jauß, são o leitor e o seu horizonte de expectativas que transformam um artefacto em objecto estético. O leitor moderno tem de ter consciência de que tem um determinado horizonte de expectativas, necessariamente distinto daquele que subjaz à obra que está a ler, havendo, deste modo, uma fusão de horizontes de expectativas (“Horizontverschmelzung”), que varia necessariamente segundo o contexto histórico (Jauß, 1969). Nesta concepção, a história da literatura nunca estará completa, pois os textos serão sempre lidos de forma distinta de época para época. Para Silva (2005), as obras literárias podem não só marcar a novidade ou ruptura em relação a obras anteriores, mas podem ainda conduzir a novas leituras desses mesmos textos.

Segundo Iser (1976), é também o leitor que transforma um texto num texto literário, uma vez que preenche espaços vazios (“Leerstellen”) na sua estrutura ao procurar a sua consistência semântica. O próprio texto literário requer um “leitor implícito”, instância descodificadora virtual, categoria abstracta e funcional, prevista e requerida pela estrutura do texto. O leitor real activa esse leitor implícito, actualizando ou não estas marcas ou espaços vazios (“Leerstellen”) (Iser, 1976).

Neste contexto, surge ainda um outro movimento que ataca fortemente a tentativa de definir literatura de forma referencial: o pragmatismo radical. Segundo Stanley Fish, pertencente ao movimento, a literatura não é uma categoria convencional e não tem características formais que a delimitem. A decisão de incluir ou não um texto na categoria literatura depende da comunidade interpretativa⁵, que considera como literários certos textos, “colocando” certos significados dentre

homem a organização estrutural, com funções gnoseológicas, comunicativas e pragmáticas do mundo circundante” (Silva, 2005).

⁵ “As “estratégias interpretativas” do leitor, que possibilitam a emergência de significados e de padrões formais literários, não são de natureza individual e subjectiva, mas comunitária, de modo que a comunidade interpretativa é que representa a instância que produz esses significados e esses padrões.” (Silva, 2005: 40).

deles, não tendo a obra qualquer valor intrínseco (Fish, 1980; Silva, 2005). Esta visão é considerada por muitos autores como demasiado radical e contraditória em diversos pontos. Para Ellis (1974), também pragmatista radical, o facto de os textos literários serem usados pela sociedade de um modo em que o texto não é relevante para o seu contexto imediato de origem, havendo uma suspensão do seu nexos referencial imediato, seria o que os distingue dos textos não-literários.

A concepção de literatura como sistema semiótico e a valorização do papel do leitor, que deixa de ser visto como um mero sujeito passivo para passar a ser considerado co-autor da obra literária, abre perspectivas diferentes relativamente à inter-relação entre o leitor, a obra e a geografia literária: o leitor, ao viver o espaço real onde a obra se enquadra, encontra novos sentidos para o texto, aumentando a sua polissemia. Por outro lado, encontra novos sentidos para a paisagem, enriquece-a, “co-redige-a”. Para Mendes (2007), o itinerário literário consagra-se como objecto estético ao ser percepcionado enquanto tal pelo turista. Para a autora, é possível visitar pela imaginação, apenas lendo. Porém, ao fazer o itinerário, outro(s) mundo(s) se desvelam para a obra, enriquecendo-a pela multiplicidade das suas possibilidades de sentido.

2.4. Relação Turismo/ Cultura/ Literatura no contexto do Pós modernismo

Segundo Richards (1996), o turismo patrimonial⁶ tem registado um aumento rápido da procura, em parte porque a oferta tem tentado adaptar-se de modo a captar mais visitantes, mas também devido ao aumento da procura de experiências culturais e patrimoniais por parte dos turistas. Por vezes estas experiências têm uma autenticidade questionável (McCannell, citado em Richards, 1996) ou proporcionam um entretenimento meramente superficial (Boorstin, citado em Richards, 1996).

Surge, deste modo, a questão se a relação entre o Turismo e a Cultura, num mundo pós-moderno, conduzirá inevitavelmente à perda de autenticidade do objecto cultural que esteve na origem do produto turístico e ao consumo de produtos “massificados” e “turistificados” ou se, por outro lado, é possível conceber produtos de Turismo Cultural sem deturpar o que está na sua origem, mantendo o seu valor e riqueza e alcançando um produto com qualidade, não-plastificado e não-massificado.

Segundo Urry (1990), no mundo pós-moderno assiste-se à dessacralização da cultura e à diluição das fronteiras entre alta e baixa cultura. Esta dessacralização implica ainda uma dissolução ou mesmo desaparecimento de fronteiras entre o objecto cultural e a audiência, havendo um encorajamento à participação do público⁷.

Contudo, outros autores, nomeadamente da Escola de Frankfurt (cf. Capítulo 2.3.), destacam a comercialização da cultura no contexto do capitalismo, sendo os produtos da “indústria cultural”

“As comunidades interpretativas são constituídas por aqueles que partilham estratégias interpretativas não para ler ou redigir textos, mas para constituir as suas propriedades” (Fish, 1980: 14).

⁶ O autor integra Turismo Patrimonial no âmbito do Turismo Cultural.

⁷ “Exemplos incluem o ‘teatro vivo’ e o desenvolvimento de concursos na televisão, onde ‘qualquer um pode ser uma estrela por cinco minutos’” (Urry, 1990:85).

criados de modo a encaixar os indivíduos no sistema de produção e consumo. Segundo Urry (1990: 85), “as formas culturais pós-modernas não são consumidas num estado de contemplação (como no concerto clássico) mas de distração”. Deste modo, podemos-nos questionar se estes produtos assim consumidos são ainda produtos culturais ou meramente pseudo-culturais, apenas para entretenimento.

Por outro lado, cada vez mais deixa de haver diferença entre o verdadeiro e o falso, a representação e a realidade. Consumimos de forma crescente signos e representações, de tal forma que o signo se torna mais real que o referente, o próprio real (Baudrillard, 1997; Urry, 1990). O conceito “hiperrealidade” denota essa incapacidade de distinguir a fantasia da realidade, uma vez que são sobrepostos vários modelos da realidade sobre o *verdadeiro*, de tal forma que o sujeito passa a relacionar-se com a fantasia, com esse hiperreal, cuja relação com o real deixou de ser compreendida. Deste modo, o hiperreal torna-se numa geração de modelos do real sem origem na realidade (Baudrillard, 1997).

De facto, Baudrillard salienta que o que hoje se pretende é que o real corresponda aos modelos simulados e não que o simulacro se baseie no real. Actualmente a dimensão da simulação é a miniaturização, e não o ideal da coextensividade entre o mapa e o território. Assim, o real é produzido a partir de miniaturas, podendo ser reproduzido infinitamente a partir destas (Baudrillard, 1997), surgindo, deste modo, a sensação pós-moderna de que todos os lugares são iguais⁸, o que poderia minar o motivo fundamental do Turismo, a procura de novidade e de novos locais.

No entanto, importa questionar se todos os turistas se regozijam com meros simulacros, com *fast-food* turístico. Apesar de o Turismo e de a própria fruição de um objecto cultural não poder, à partida, ser uma experiência completamente autêntica, porque o passado é re-interpretado e constantemente re-escrito, haverá uma diferença entre a fruição de uma experiência o mais autêntica possível e a “McDisneyzação” (Ritzer & Liska, 1997) das experiências turísticas?

Segundo Ritzer e Liska (1997), há ainda muitos turistas que procuram experiências autênticas e que conseguem encontrá-las. Contudo, as visitas a estes locais tendem a ser mais dispendiosas do que a lugares inautênticos. Para além disso, é possível que se torne cada vez mais difícil encontrar a autenticidade, sobretudo se medidas como as tomadas nas grutas de Lascaux continuarem a ser tomadas. Os visitantes têm hoje acesso a uma reprodução das grutas, já que as originais estão vedadas ao público como medida de protecção relativamente aos impactes nefastos do Turismo.

Segundo Mendes (2007), o turista contemporâneo tem um bom nível de escolaridade e educação em geral, pelo que mais facilmente tende “a respeitar as condições de convivência mútua democraticamente estabelecidas”, a privilegiar o saber e o conhecimento, bem como a compreender “que não existem costumes ‘dogmaticamente’ universais” (Mendes, 2007: 41-42).

⁸ No original: “Postmodern anywhere feel” (Short, Benton, Luce e Walton, citados por Chang, 1996).

Num mundo e numa indústria turística cada vez mais estandardizada e inautêntica (Ritzer & Liska, 1997; Urry, 1990), o Turismo Cultural⁹ poderá propiciar a comunicação intercultural entre visitantes e visitados, facilitar a compreensão e a imersão, ainda que temporária, na cultura do Outro. O turista cultural busca o prazer intelectual, saciar o desejo humano de conhecimento e o Turismo permite-lhe habitar um Outro, sem desejo de o alterar, na condição de convidado. Do mesmo modo, a obra literária convida o leitor a projectar-se nas situações e personagens da obra e, ao habitar um Outro, aumentar a consciência sobre a sua própria identidade (Mendes, 2007).

O Turismo permite estabelecer relações de troca, descobrir novos conceitos, para que o próprio turista renasça para a vida e para as diferentes culturas através da descoberta de outros *modus vivendi* (Mendes, 2007). Deste modo, o turista cultural está “na senda de um itinerário de expansão da sua capacidade de observação do universo distante” (Mendes, 2007: 79):

“Olhar para lá dos horizontes permite que a civilização humana avance. Com efeito, as culturas que se fecham em si próprias e se confinam aos próprios limites não progridem, já que o horizonte humano define a compreensão do universo em que vivemos, extravasando o horizonte territorial, lança pontes científicas e intelectuais desafiando o conceito de humanidade” (Mendes, 2007: 79).

Se, por um lado, o Turismo pode ser benéfico para a Cultura, também este poderá beneficiar da sua associação à Cultura. A noção de que a componente cultural é importante para o ordenamento do território é relativamente recente. A nível nacional, este sector revela, simultaneamente “grandes carências e enormes potencialidades”, nomeadamente por estar associado ao Turismo, “motor essencial do desenvolvimento e crescimento da nossa economia” (Medeiros, 2006:139). Segundo o documento de avaliação do II QCA, “a associação entre o turismo e a cultura deverá vir a ser uma das prioridades no futuro”, nomeadamente face ao “declínio progressivo do mercado clássico do sol e praia, por questões de moda e de saúde” (Costa, 2003: 82). No entanto, a evolução deste mercado deve ser combinada com outras ofertas de turismo cultural, de ambiente, desportivo, eventos, entre outros (Costa, 2003), de modo a assegurar uma competitividade duradoura, assente na qualidade e sustentabilidade, na diferenciação e na identidade, na conjugação de produtos tradicionais e de produtos novos, e não numa política de preços baixos (Medeiros, 2005).

A perspetivação do sector do Turismo pelo “lado da oferta” valoriza a área da cultura, pois avalia o valor que esta gera a par com o orçamento que os governos lhe atribuem (Costa, 2005). Dado que as organizações da área da cultura e património têm uma influência diminuta ao nível da organização e gestão regional do sector do turismo (Costa, 1996), torna-se essencial integrar a cultura no *core business* do sector do Turismo, financiando-a de forma mais adequada e dando-

⁹ Definição de Turismo Cultural da ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education): “All movements of persons to specific cultural attractions, such as heritage sites, artistic and cultural manifestations, arts and drama outside their normal place of residence” (Richards, 2000:24).

“ (...) o turista cultural [desloca-se] pela avidez de aprender coisas novas no âmago de uma experiência cultural moldada pelo espanto que o impele ao conhecimento.” (Mendes, 2007: 50).

lhe um papel mais central no processo de tomada de decisão. Para tal, é necessário rever e adaptar os sistemas de financiamento e de organização actuais (Costa, 2005).

Conclusão

Nesta secção procurou definir-se Turismo, tendo sido dado especial ênfase às definições pelo lado da oferta, pelo facto de estas apontarem para a existência de toda uma indústria que lhe está associada e que deverá ser objecto de estudo e análise de modo a ser optimizada. O conceito de Cultura foi também objecto de uma breve reflexão. A sua definição enquanto sistema semiótico permite compreender o modo como as trocas entre culturas que o Turismo proporciona influenciam a cultura do visitante e do visitado, permitindo o enriquecimento dos horizontes de ambos. A concepção de Literatura como sistema semiótico, bem como as correntes recentes que valorizam o papel do leitor, reconhecem que o texto só ganha verdadeira significação no acto da leitura. Por outro lado, a interpenetração entre a geografia, o leitor e a obra, possível através do itinerário literário, aumenta a polissemia da obra e do lugar.

Apesar de no contexto pós-moderno os simulacros abundarem e a hiperrealidade substituir cada vez mais o contacto com o real e o autêntico, podendo levar a uma “plastificação” do Turismo e dos produtos (pseudo-)culturais, o turista contemporâneo detém um nível de formação elevado, pelo que o Turismo Cultural pode constituir-se como um meio para conhecer melhor o Outro e respeitá-lo, alargando assim os horizontes do visitante e do visitado. Para além disso, o Turismo pode facilitar a obtenção de financiamento para a Cultura, já que a Cultura faz parte do *core business* do Turismo, podendo uma aposta sustentada nesta área constituir uma importante estratégia de diferenciação dos destinos turísticos face à crescente massificação e “McDisneyzação” no sector.

3. O potencial dos itinerários literários para a consolidação de redes de negócios

Nesta secção começa-se por reflectir sobre o papel dos mediadores culturais no processo de aproximação intercultural, bem como sobre as exigências ao nível da sua formação, de carácter linguístico, histórico, geográfico, sociológico e psicológico. De seguida são apresentadas definições de Turismo Literário citadas na literatura, sendo analisadas as especificidades desta tipologia de Turismo e apresentados os resultados de alguns estudos sobre o perfil do turista literário. Para além disso, procura estabelecer-se uma relação entre Turismo Literário e Turismo Cinematográfico, analisar as suas diferenças e semelhanças, bem como o modo como são, por vezes, indissociáveis. É ainda analisada a importância da criação de redes de negócios para o fortalecimento das economias locais e regionais face à globalização e reflecte-se sobre o potencial dos itinerários literários para a criação de redes de negócios.

Neste contexto, e para demonstrar esse potencial do Turismo Literário, procede-se à recolha de exemplos de boas práticas a nível internacional, sendo consideradas iniciativas públicas e

privadas (quer itinerários literários específicos, quer empresas com uma vasta oferta na área). Por fim, são mencionados alguns dos principais itinerários literários existentes em Portugal.

3.1. A formação dos guias/ mediadores turísticos em itinerários literários

A compreensão, interpretação e construção de conhecimento, quer no contexto do Turismo quer em outras áreas, requer com frequência um mediador que facilite este processo. Estes mediadores podem ser humanos ou não-humanos (ex: a sinalética...), formais ou informais (que não têm um título, um uniforme ou uma insígnia que os identifique enquanto tal) (Jennings & Weiler, 2005). Para este trabalho importa sobretudo analisar o papel e a formação do mediador humano e formal.

Segundo Cohen, o papel do guia turístico actual deixou de ser o de “descobridor”, para passar a ser o de mediador social e de “cultural broker”¹⁰, agente cultural (citado por Jennings & Weiler, 2005). De acordo com o autor, a mediação social consiste em ser um intermediário, em ligar os visitantes à população local e aos sítios turísticos, tornando o ambiente não-ameaçador para o turista. O conceito de “cultural brokerage” está relacionado com o erguer de pontes entre as diferenças do visitante e do visitado e com um processo de tradução intercultural (Jennings & Weiler, 2005).

Para Arnoldi & Tagliolini (2003), o guia é quem tem a incumbência de aproximar os bens culturais ao nível de consciência do turista. Segundo os autores, o turista procura a novidade; no entanto, sente-se satisfeito quando encontra algo familiar, que lhe fornece a chave de leitura e interpretação do “novo” que, de outra forma, seria incompreensível para si (Arnoldi & Tagliolini, 2003). O guia deve ser um “buffer” que semiotize o estranho e o traduza para o idioma cultural dos visitantes (Lotman, 1996; Jennings & Weiler, 2005)

Da perspectiva do turista, o principal objectivo do mediador é contribuir para o seu processo de compreensão, mediando construções e experiências, de modo a que este possa interpretar e atribuir um significado aos cenários, às situações, às pessoas e às suas representações (Jennings & Weiler, 2005). Para além disso, o guia turístico não deverá fornecer meros dados históricos desconectados ou temas: deve procurar proporcionar uma experiência que, mais do que instruir, provoque e estimule o pensamento. Uma interpretação exaustiva, em que tudo seja dito e posto a descoberto e pouco seja deixado à imaginação, não é necessariamente uma boa interpretação (Goulding, 1999).

A necessidade de mediação e o tipo de mediação escolhida varia consoante o tipo de turista, de acordo com Jennings e Weiler (2005). Os que procuram experiências exóticas e uma imersão na cultura anfitriã (*drifters*), tendem a preferir mediadores informais (ex. habitantes locais). Os turistas que tendem a procurar experiências mais familiares e a planear mais as suas viagens e,

¹⁰ Para Jennings e Weiler (2005), “brokering” é a tentativa activa por parte de um indivíduo de mediar a experiência turística de outro indivíduo; para Cohen, “brokering” é harmonizar as expectativas e desejos dos envolvidos e gerir a sua interacção (citador por Jennings & Weiler, 2005).

sobretudo, os turistas de massas, dirigem-se mais frequentemente a mediadores formais, recorrendo para tal à indústria do Turismo (Jennings & Weiler, 2005).

Actualmente as atracções patrimoniais procuram cada vez mais cativar visitantes e agradá-los: procura-se tornar a história e o património interessantes, em grande parte devido a necessidades comerciais. Tal não significa, no entanto, que a integridade da interpretação tenha de ser sacrificada em nome do consumismo moderno, pois não há apenas uma única forma de apresentar e contar o passado e este pode ser contado de forma mais interactiva e menos expositiva. Porém, é necessário ter consciência de que nem todos os turistas têm os mesmos desejos e necessidade e que, portanto, nem todos procuram experiências interactivas ou “museus vivos”, já que alguns preferem os métodos tradicionais (Goulding, 1999).

Na formação do guia o aspecto cultural é crucial, e este engloba diversas vertentes: histórica, artística, monumental, paisagística e natural. Deste modo, é essencial uma formação de base sólida, para que estes requisitos sejam preenchidos. Contudo, há ainda outros requisitos essenciais ao exercício da profissão (Arnoldi & Tagliolini, 2003).

A proficiência em uma ou mais línguas estrangeiras é indispensável: Inglês, Francês, e também Espanhol e Alemão, entre outras línguas. Para além disso, é necessária uma grande riqueza lexical e sobretudo dominar terminologia técnica específica, sem a qual é difícil transmitir noções e informações correctamente. O recurso a perífrases longas por parte do guia que não encontra a correspondência de um termo técnico apenas confunde os ouvintes (Arnoldi & Tagliolini, 2003).

Do mesmo modo, é fundamental uma preparação adequada ao nível da Cultura, da História e da Geografia. O guia deve conhecer os principais eventos, figuras, correntes de pensamento, movimentos, estilos, obras que constituam um testemunho significativo da História e da produção artística do território no qual o guia deve operar (ao nível arqueológico, artístico e cultural); deve ter conhecimento da situação geográfica global da região, das principais vias de comunicação, da orografia, dos parques e reservas naturais, da localização das principais actividades produtivas, bem como noção da estatística demográfica e do processo de desenvolvimento urbanístico (Arnoldi & Tagliolini, 2003). Ao nível da cultura, deverá conhecer os modos de vida, de pensamento e crenças da comunidade visitada, pois só assim é possível estabelecer pontes que permitam uma verdadeira comunicação intercultural.

O conhecimento do guia dá significado ao fenómeno cultural, quer se trate de uma obra de arte, de um monumento ou de uma manifestação folclórica, e interliga-os com o seu contexto histórico e ambiental. Modernamente, o objecto cultural não é já concebido como um fenómeno isolado, mas como estando indissoluvelmente ligado ao seu contexto histórico-ambiental (Arnoldi & Tagliolini, 2003).

Para além disso, importa conhecer aspectos relacionados com o desenvolvimento da actividade prática, tais como dados sobre a economia e o mercado. Para estabelecer uma boa relação com o público é conveniente ter noções de psicologia e sociologia, de modo a saber enquadrar o testemunho cultural e melhor organizar o processo de fruição, indo ao encontro dos

interesses do turista. A informação veiculada deverá ainda ser adaptada ao estrato social do qual os turistas provêm (Arnoldi & Tagliolini, 2003).

É ainda relevante que um guia esteja preparado para usar a voz correctamente, de modo a cativar os seus ouvintes e a prevenir alterações vocais provocadas por um uso desadequado da mesma e exposição a condições adversas (correntes de ar, mudanças de temperatura...). O guia deverá ainda falar sem influências dialectais e ter a capacidade de se movimentar no espaço e usar a mímica e a gestualidade ao serviço da transmissão da mensagem e da atracção da atenção dos turistas¹¹ (Arnoldi & Tagliolini, 2003).

3.2. Turismo literário como tipologia de Turismo

De acordo com Mendes (2007), o Turismo Literário privilegia os lugares e os eventos dos textos ficcionados, bem como a vida dos seus autores, promovendo a ligação entre a produção literária e artística de um autor e os turistas que visitam esses locais.

Herbert¹² (1996) apresenta uma recolha de diversas definições de sítio literário citadas na literatura, que demonstram como não existe um único tipo de sítio literário.

Tabela Nº 1: Definições de sítio literário

<u>Definições de sítio literário:</u>	<u>Autor da definição</u>
Locais relacionados com a vida do escritor ou do artista em causa.	Marsh (citado em Herbert, 1996)
Locais relacionados com o mundo ficcional criado pelo autor na sua obra; Locais pintados pelo artista.	Pocock; Daniels (citados em Herbert, 1996)
Locais relacionados com a vida ou com a obra do escritor/artistas, mas valorizados pelo visitante sobretudo por recordarem um passado que lhe evoca memórias (ex. da sua infância, de um estilo de vida passado...), provocando-lhe nostalgia.	Squire (citado em Herbert, 1996)

Urry (1990) distingue ainda locais muito atractivos por si só (ex. devido à sua paisagem), que não dependem da sua ligação com um escritor para atrair turistas, daqueles que apenas se tornam atractivos turisticamente devido à sua ligação a um determinado escritor.

Segundo Herbert (1996), um sítio literário pode ser uma atracção turística por si só ou uma componente de uma oferta turística mais lata, podendo ter dois tipos de características:

- Características específicas, que tornam um determinado sítio num sítio literário (ex. relação do local com o escritor ou com o mundo ficcional das suas obras);

¹¹ Para uma leitura extensiva sobre o tema, cf. Arnoldi & Tagliolini (2003), pp. 28 – 34.

¹² O seu estudo centra-se em sítios literários e não em itinerários literários.

- Características “gerais”, tais como um cenário atractivo, *facilities* e serviços, ou mesmo a localização do itinerário literário.

O gestor de um sítio literário pode usar estas características no sentido de promover a atractividade do destino, tornando-o apenas num ponto de paragem num itinerário de turismo “geral” mais lato ou, por outro lado, baseando a promoção nas suas características “excepcionais”, i.e. a sua relação específica com um escritor ou uma obra específica (Herbert, 2001).

Segundo Müller (2006), os sítios literários podem ser geridos de duas formas distintas: enquanto sítios patrimoniais, que é necessário proteger, ou enquanto destinos turísticos, através da sua mercantilização e proliferação de atracções, *facilities* e serviços turísticos (Müller, 2006). No entanto, considera-se no âmbito desta tese que pode haver um aproveitamento da riqueza patrimonial e do potencial turístico de um destino sem cair na mercantilização do mesmo e na dissolução da cultura local. A lógica de protecção da cultura material e imaterial de uma comunidade e a lógica de desenvolvimento turístico e económico de um destino com base no património local não são inconciliáveis.

Em relação ao processo de construção e consumo de sítios literários, um gestor recorre aos atributos físicos do sítio e a uma série de técnicas de interpretação para o construir, mas a interpretação por parte do turista poderá não ser sempre a que esse gestor pretendia, já que o visitante tem um papel activo na descodificação da mensagem veiculada, sendo ele quem, em última instância, atribui significado ao texto (Duncan & Ley; Shields, Samuel & Eagleton, citados em Herbert, 2001). Segundo Mendes (2007), um itinerário literário só se realiza ao ser percorrido e fruído.

Segundo Schouten, os turistas não procuram provas científicas sobre factos históricos, mas sim uma experiência com base nos indícios do passado (citado em Herbert, 2001) que provocam a interpretação ou a revivência. Para Samuel, o “passado autêntico” nem sequer existe, pois a memória muda e está condicionada historicamente: os historiadores reinventam o passado, reconciliando o passado e o presente, a memória e o mito, a palavra escrita e a falada (citado em Herbert, 2001). Já para Foucault, é possível que os leitores/ turistas estejam mais preocupados com o que estimula a sua imaginação e alimenta os seus interesses do que com a distinção entre realidade e ficção (citado por Shields, 1992).

Em relação ao perfil dos visitantes de sítios literários, alguns autores advogam que estes turistas tendem a pertencer ao sector dos serviços e dos negócios e que têm habilitações mais elevadas (Herbert, 2001; Thrift & Prentice citados em Herbert, 2001; Urry, 1990). No estudo de Herbert (2001), é confirmada a ligação entre classe social e o hábito de visitar sítios patrimoniais e literários, provindo a maior parte dos visitantes destes destinos da “classe dos serviços”.

Segundo o autor, existiu a ideia, durante algum tempo, de que os visitantes de sítios literários seriam “peregrinos literários”, i.e. turistas com conhecimentos relativamente profundos na área das Humanidades e com o capital cultural¹³ necessário para apreciar e compreender este tipo de

¹³ O conceito de “capital cultural” é dos sociólogos Bourdieu e Passeron. Para possuir bens económicos na sua materialidade basta ter capital económico, o que se evidencia na compra de livros, por exemplo. Todavia,

património (Herbert, 2001). Bourdieu e Passeron (1964) definem este grupo de indivíduos como a “classe dominante”, cujos gostos, preferências e padrões de consumo permitem que se demarquem dos demais.

Contudo, com o crescimento do turismo patrimonial verificou-se uma diversificação do tipo de turistas que visita sítios literários, não podendo muitos destes visitantes ser denominados “peregrinos literários”. De facto, embora os “peregrinos literários” continuem a existir, foram ultrapassados em número por aqueles que visitam estes locais por mera curiosidade, tendência sublinhada por Urry (1990). Segundo Herbert (2001), estes turistas têm uma experiência que é necessariamente diferente da do “peregrino literário”, o que não significa que não retirem prazer ou que não se enriqueçam com esta visita.

No estudo *Literary Places, Tourism and the Heritage Experience*, Herbert (2001) analisou dois sítios literários, Laugharne e Chawton, no Reino Unido, e procurou calcular que percentagem destes visitantes poderia ser englobada na categoria “peregrinos literários”. Para medir este conceito, teve em conta os turistas que referiram como principal razão para visitar o facto de serem fãs dos escritores, expressaram um interesse específico nele(a) e leram a sua obra. Concluiu que em ambos os locais apenas 15% da amostra seria composta por peregrinos literários. No entanto, 51% dos turistas mencionaram ser fãs dos escritores em Chawton e 39% em Laugharne. Também num outro estudo, Herbert concluiu que a ideia de que os visitantes se deslocam a estes lugares especificamente por causa do escritor ou artista não é verificada, já que as pessoas que visitam estes locais não são conhecedoras de arte ou literatura e não têm conhecimentos detalhados sobre o artista ou escritor em causa (Herbert, 1996). No entanto considera-se que, mesmo não tendo conhecimentos detalhados, os visitantes de sítios literários têm de ter apetência cultural para poderem usufruir da visita.

Contudo, Herbert destaca que apesar de a satisfação que retiram da sua visita derivar de vários aspectos (oportunidade de relaxar, usufruir da companhia de familiares ou amigos, desfrutar da paisagem...), esta resulta também em parte do facto de terem contactado um escritor ou artista (Herbert, 2001). Segundo Gartner, o turista desloca-se motivado pelo “pacote de benefícios” oferecido por um determinado destino e que apela a uma série de interesses do turista, nomeadamente interesses culturais (citado em Herbert, 2001).

Embora seja difícil medir até que ponto a ligação literária contribui para atrair visitantes, Herbert (1996) conclui que os locais que tenham ligações genuínas com escritores, artistas, músicos ou outras figuras culturais podem potenciá-las de modo vantajoso, quer para o destino quer para os visitantes.

Apesar de Herbert se centrar em sítios literários, importa distinguir estes dos itinerários literários, que podem envolver toda uma região, podendo mesmo ser supra-regionais ou internacionais. Os itinerários literários procuram estabelecer uma relação entre diversos locais, paisagens ou atracções associadas a um escritor ou poeta. Podem ser seguidos por turistas de

a apropriação simbólica destes bens exige os códigos necessários para decifrá-los, ou seja, é necessário possuir capital cultural.

forma independente ou pode haver organização no destino de modo a promover a sua associação com o escritor e a potenciar a experiência do visitante.

Segundo Mendes (2007):

“O itinerário literário permite que a celebração da leitura de um livro se enlace no trilho da criação estética e ética das paisagens visitadas. Colhendo a literatura na viagem e a viagem na literatura poder-se-á elevar os itinerários ao estatuto de género literário” (Mendes, 2007: 92)

Frequentemente associado ao Turismo Literário está o Turismo Cinematográfico. Uma das principais diferenças entre ambas as tipologias reside no facto de em Turismo Cinematográfico os visitantes não costumarem procurar regiões associadas à vida pessoal do realizador, procurando, sim, locais retratados ou que tenham servido de cenário a um filme, bem como locais associados a estrelas de cinema. Por outro lado, despoleta, com maior frequência, o turismo massificado:

“O filme é para o Turismo Literário o que Boeing 747 foi para o turismo *mainstream* – um importante impulsionador do Turismo de massas. Caminhámos dos itinerários literários procurados por pequenos nichos de peregrinos para a visita massificada (e por vezes sobrelotada) de locais de filmagem” (Beeton, 2005: 53).

Muitos dos estudos de caso ao nível do Turismo Cinematográfico evocam locais retratados em obras onde há uma fusão entre esta tipologia de Turismo e Turismo Literário, tais como *O Código Da Vinci* (Dan Brown), *Harry Potter* (J.K. Rowling) e *Orgulho e Preconceito* (Jane Austen). No caso de *Harry Potter*, pelo facto de a acção decorrer num local imaginário (Hogwarts) e, portanto, não visitável, o filme teve um impacto mais significativo que o livro no fomento de fluxos turísticos, pois incitou muitos turistas a dirigirem-se aos locais onde as gravações do filme decorreram (Castelo de Alnwick e Catedral de Gloucester). Contudo, o sucesso do filme só foi possível devido ao sucesso prévio do livro (Olsberg|SPI, 2007).

Já no caso de *O Código Da Vinci*, é difícil avaliar em que medida a procura turística gerada deriva do livro ou do filme, uma vez que a acção decorre em locais reais (ex.: Catedral de St. Sulpice, Capela Rosslyn ou Museu do Louvre), pelo que logo após o lançamento do livro e, muito antes da exibição do filme, tinham sido já gerados fluxos turísticos significativos para estes locais (Olsberg|SPI, 2007).

Conclui-se, deste modo, que a fusão entre Turismo Literário e Cinematográfico poderá contribuir para uma maior divulgação de um destino. Em relação à obra literária subjacente ao itinerário proposto nesta tese, *Os Maias*, importa salientar o facto de esta ter sido adaptada a uma série televisiva numa co-produção da SIC e da Rede Globo, o que aumentou a sua visibilidade, nomeadamente entre o público brasileiro (cf. Anexo Nº 1 – Adaptações de Eça de Queirós ao Cinema e à Televisão). Há, deste modo, um potencial para a fusão entre Turismo Literário e Cinematográfico.

3.3. A importância da criação de redes de negócio para o estímulo ao desenvolvimento turístico

Até aos anos 70 e com o “Estado Providência”, esteve em voga o modelo burocrático de Weber, adaptado à produção para um mercado de massas com desejos e necessidades semelhantes. Tratava-se, portanto, de um modelo racionalista com uma estrutura hierárquica rígida e conservadora, onde apenas aquele que se situava no topo da pirâmide detinha os conhecimentos para tomar decisões informadas (Costa, 1996). Hales resume as características deste modelo a três conceitos: especialização, centralização e regulação através de regras formais e pessoais (citado em Hales, 2006, p. 88).

Contudo, com o desenvolvimento acelerado da sociedade a partir da década de 70, com o florescimento de actividades relacionadas ao sector dos serviços (banca, seguros, mercado de acções e, também, o turismo) e com a crise do Estado de Providência, deu-se a ascensão do neo-liberalismo e de novos modelos de gestão, já que o modelo burocrático estava desadequado face à necessidade de inovação constante (Costa, 1996).

Surgiram, deste modo, os mercados que permitiram uma maior eficiência e redução de custos e preços, uma vez que se baseavam no princípio de mercado. O tipo de planeamento associado a este modelo foi denominado por Getz como *boosterism* (citado em Müller, 2006, p. 217), que é uma forma de não-planeamento que favorece soluções de mercado livre para lidar com problemas de desenvolvimento e que rejeita ideias de intervenção pública. Ao nível do Turismo, segundo Timothy, nos mercados não é definida uma estratégia para lidar com impactes económicos, ambientais e sociais indesejados, na medida em que o desenvolvimento turístico é equiparado ao provimento de *facilities*, serviços e atracções (citado em Müller, 2006, p. 217).

Contudo, dada a incompatibilidade desta abordagem com um ideal de desenvolvimento sustentável, procurou-se mais recentemente conciliar os aspectos positivos de ambos os modelos (burocracias e mercados), sendo para tal trazida para a gestão a teoria das redes, que tinha tido a sua origem na sociologia, e que se apresenta como uma alternativa aos mercados e às burocracias (Costa, 1996). Esta forma de gestão assenta na interligação informal entre diversos agentes com objectivos e interesses comuns e que se auto-regulam (Scott, Baggio & Cooper, 2008). Estas organizações criam relações de interdependência e são autónomas em relação ao Estado (Rhodes citado em Scott et al., 2008, p.20). Jones, Hesterly e Borgatti (1997) referem que na origem do desenvolvimento da governância de redes estão, frequentemente, a incerteza da procura, a instabilidade da oferta e interdependência de competências e conhecimentos entre os parceiros. Estes contratos têm um vínculo social mas não legal.

De entre os diversos sectores da economia, o turismo oferece-se como uma área privilegiada ao estudo, fomento e análise de redes, dado que estas podem ser mais importantes para este sector do que para qualquer outro. Na base do desenvolvimento de redes está a confiança estabelecida entre os diversos actores envolvidos, que é fulcral para que os objectivos sejam atingidos (Scott et al., 2008). Tendo em conta que as PME's prevalecem no sector do Turismo, as

parcerias podem fortalecê-las e aumentar a sua competitividade, o que é fundamental para esta indústria (Buhalis & Peters, 2006).

De facto, são a colaboração e a cooperação entre as diversas organizações de um destino turístico que permitem a criação do produto turístico em si e que ajudam a compensar a natureza fragmentada do Turismo através de alianças locais informais, parcerias formais ou organizações de Turismo sem fins lucrativos (nacionais, regionais, locais) (Scott et al., 2008). Johnson e Lawrence afirmam que as relações numa rede não podem ser só construídas verticalmente, com os fornecedores, mas devem ser também construídas horizontalmente, com aqueles que seriam considerados concorrentes directos (citados em Costa, 1996).

Para além disso, a criação de redes, quer com base em critérios geográficos, quer no tipo de produto, comporta diversas vantagens, amplamente citadas na literatura sobre o tema:

- Captar forças do meio externo, de modo a aumentar a produção, eficácia e eficiência de uma empresa (pois o sucesso de uma empresa não depende só dos seus recursos, mas também do seu ambiente circundante e das relações que esta estabelece) (Scott et al., 2008; Costa, 1996);
- Aumentar a capacidade de competir globalmente devido à cooperação a nível local, à relação estabelecida entre os *stakeholders* e à sua troca de conhecimento e informação (Costa, Breda, Costa, & Miguéns, 2008; Kotler, Haider & Rein, 1993); partilha de recursos (Kotler et al., 1993); maior dinamismo e inovação (Scott et al., 2008); aumento do volume de negócios e desenvolvimento da comunidade (Gibson citado em Scott et al., 2008, pp. 16-17);
- Conciliar múltiplos interesses por parte de diversas entidades associadas ao sector do Turismo: organizações do sector público, privado, não lucrativo e organizações não directamente ligadas ao sector do Turismo, mas que lhe fornecem bens e serviços (Costa, 1996). Só assim, conhecendo a inter-relação dos agentes da oferta, os objectivos de desenvolvimento turístico poderão ser atingidos (Gunn, 1993);
- Fomentar relações de médio e longo prazo, envolvendo dependência mútua (Costa, 1996);
- Aumentar a visibilidade e força e, eventualmente, garantir um maior financiamento a organizações que tendem a ocupar uma posição mais periférica no sector do Turismo, tais como as organizações sem fins lucrativos (Costa, 1996);
- Garantir a protecção de recursos turísticos tangíveis e intangíveis de um destino que são “propriedade” da comunidade (praias, lagos, paisagens, galerias de arte ou *destination brands*) através da organização em rede dos *stakeholders* interessados, de modo a fazer face a limitações orçamentais (Scott et al., 2008);
- A criação de redes locais permite que os destinos se tornem ofertas suplementares aos *honey-pots* (pólos de crescimento turístico, com grande capacidade de atracção de turistas) aos quais, num futuro idealizado, estarão conectados através de áreas de trânsito eficientes e uma boa rede de transportes, bem como devido ao esforço dos intermediários e das organizações gestoras dos destinos (Costa & Buhalis, 2006).

O documento de Avaliação da Componente do Turismo do II Quadro Comunitário de Apoio refere que, como resposta à globalização e para controlar as suas consequências negativas, a tendência para a formação de alianças entre parceiros foi reforçada, através de processos de integração vertical, horizontal e da criação de redes de organizações. As estratégias de gestão e organização dos produtos numa base local (“localismo”) foram igualmente fortalecidas. Uma vez que as grandes decisões estão cada vez mais concentradas nas mãos de um grupo restrito de operadores que actua à escala mundial, a cooperação a nível local pode responder à necessidade de criação de ‘marcas’ mais fortes em detrimento de pequenas marcas, e assim permitir a sobrevivência de pequenas e micro-empresas, cuja situação tende a agravar-se (Costa, 2003).

As formas de gestão nas organizações têm de ser ajustadas às novas realidades. Em particular, deve pensar-se no reforço das formas de gestão horizontal em detrimento das formas de gestão do tipo ‘top-down’, que tendem a “americanizar” ou “europeizar”, de modo a responder à convergência global em termos da procura do mercado, tendo como consequência um sentimento pós-moderno de perda de identidade e de homogeneização (Costa, 2003; Chang, 1996).

O documento de avaliação do II QCA destaca a importância da existência de uma política nacional bem definida e estruturada para o sector, para que se possa enfrentar a globalização e a crescente competição dos mercados, afirmando “a personalidade dos diferentes destinos” (Costa, 2003: 81). No entanto, Costa sublinhava, em 1996, a escassez de iniciativa pública no âmbito do estabelecimento de redes e parcerias, apontando como razões para tal a falta de motivação e o excesso de burocracia e rigidez do sector público (Costa, 1996). Hall & Williams (2008) referem que o conceito de inovação é associado sobretudo ao sector privado, sendo o governo percebido pela opinião pública como um entrave à inovação e melhoria da produtividade devido ao excesso de burocracia.

Para ultrapassar estas limitações, os autores enumeram diversas dimensões nas quais o Estado poderá ter um papel inovador ao nível do Turismo: coordenação, planeamento, legislação e regulação, empreendedorismo, atribuição de incentivos e estímulos, promoção, turismo social e protecção da igualdade de interesses no processo de tomada de decisão (cf. Hall & Williams, 2008: 91). Identificam ainda diversas actividades que o Estado pode desempenhar no contexto de sistemas de inovação¹⁴. Em suma, o Estado deverá passar a ser um actor cooperante e não dominante no processo de tomada de decisão.

Porém, é também possível enumerar algumas desvantagens das redes (Westholm citado em Müller, 2006, pp. 218-219):

- As parecerias carecem frequentemente de representantes considerados responsáveis pelo público;

¹⁴ Provisão de investigação e desenvolvimento e de criação de novo conhecimento; Fomento de novas competências através da educação e formação, criação de capital humano; Formação de novos produtos-mercado; Articulação de exigências de qualidade; Criação e modificação de organizações; *Networking*; Estabelecimento e modificação instituições; Incubação de actividades; Financiamento de processos de inovação e outras actividades; Serviços de consultadoria (Hall & Williams, 2008: 100).

- As parceiras são conservadoras e desadequadas para lidar com conflitos, dado que o seu principal objectivo é criar consenso;
- As parcerias “camuflam” a privatização;
- As parcerias não são claras no que respeita a atribuição de responsabilidades e de poder.

Segundo Müller (2006), a entrega do sector do Turismo a empresas público-privadas por parte dos governos locais, de forma a aumentar os recursos económicos destinados ao Turismo, leva a que o sector privado assuma uma posição de poder não só em relação ao Turismo, mas perante a comunidade local. Para além disso, destaca que os objectivos dos privados e da comunidade são claramente distintos, já que os privados procuram sobretudo aumentar as suas receitas, recorrendo à estratégia de “boosterism” (Getz, citado em Müller, 2006, p. 219).

Para este autor, as parcerias público-privadas apresentam diversas falhas, tais como um deficit democrático e uma representação duvidosa dos diversos *stakeholders* do destino, podendo os parceiros não-lucrativos e não-governamentais ser excluídos¹⁵, o que poderá pôr em causa o desenvolvimento adequado do turismo no destino (Müller, 2006).

Deste modo, Müller e Westholm apontam eventuais consequências negativas das parcerias público-privadas. No entanto, considera-se que estas apenas ocorrem se a rede não for gerida de modo adequado. Assim, se estas forem geridas da melhor forma, poderão ser fulcrais para o desenvolvimento turístico do destino.

Para tal, os objectivos da gestão de um destino devem englobar não apenas o provimento de produtos específicos para determinados segmentos de mercado, mas assegurar o desenvolvimento sustentável do destino, preservar os recursos locais, a qualidade de vida dos residentes e a qualidade da visita dos turistas. Em muitos destinos continua a não existir uma visão de longo-prazo ao nível da sua gestão, mas a governância será essencial no sentido de ganhar, manter e defender uma posição competitiva de forma sustentável no mercado global (Manente & Minghetti, 2006).

No futuro, espera-se que a administração do turismo seja feita com base em clusters de produtos coerentes, ao invés de seguir procedimentos administrativos antiquados e criados para outros fins que não a gestão de um destino turístico (Costa, 2006)

3.4. O potencial dos itinerários literários para a criação de redes de negócio e melhoria dos impactes económicos do Turismo

Na Europa, os subsídios governamentais para a cultura e as artes cresceram de forma significativa no pós-guerra com o objectivo de alargar o público-alvo dos produtos culturais, garantir a equidade de todos os elementos da população no acesso à cultura e valorizar o papel das artes na educação. No entanto, a incapacidade de mostrar os benefícios dos subsídios para o alcançar destes objectivos e a pressão crescente para reduzir a despesa pública levaram à

¹⁵ Contrariamente, Costa (1996) advoga que as redes podem aumentar a participação destes parceiros no processo de tomada de decisão.

diminuição dos apoios governamentais à cultura e às artes nos anos 80. Contudo, nos anos 90 a importância da aposta nestas áreas é reconhecida, já que estas podem ter um importante contributo para o desenvolvimento económico pois, ao atraírem turistas, geram postos de trabalho e receitas adicionais (Gratton, 1996). Hoje em dia crê-se que o Turismo Cultural não deve assentar apenas no aproveitamento e valorização do “*hardware*” patrimonial, como por exemplo, monumentos e edifícios, mas que deve contemplar produtos intangíveis (Gratton, 1996). O Turismo Literário é, deste modo, uma forma possível de diversificação da oferta de Turismo Cultural. Neste capítulo são analisadas as potencialidades desta tipologia de Turismo.

Tal como analisado no capítulo anterior, a cooperação entre parceiros através de redes de negócio poderá possibilitar a competição a nível global, conciliar interesses de múltiplos *stakeholders*, prover ofertas suplementares aos *honey-pots* e afirmar marcas mais fortes ao nível local e regional. A criação de itinerários literários pode favorecer a criação de redes de negócios permitindo, deste modo, atingir esses objectivos, como se procurará demonstrar neste capítulo.

O Turismo Literário é enquadrável no conjunto de soluções proposto pelo documento de avaliação do Segundo Quadro Comunitário de Apoio (Costa, 2003), que destaca a importância de apostar em novos produtos e qualificar os mercados até agora dominantes do ‘sol e praia’, considerando ainda a associação entre o Turismo e a Cultura uma das prioridades no futuro, dado o crescente número de ‘turistas especializados’, com interesses em áreas específicas do ambiente, cultura, desportos, negócios, etc., em detrimento dos ‘turistas generalistas’. Também o director do Instituto Europeu dos Itinerários Culturais do Conselho da Europa, Michael Thomas-Penette, defende a importância de fomentar produtos turísticos topo de gama para estabelecer uma imagem de marca ‘Europa e Cultura’ forte, de modo a manter a Europa como primeiro destino mundial do turismo (Turismo de Portugal, 2008). Segundo Getz (s/d), os destinos necessitam de um portfólio completo de atracções artísticas, culturais e de eventos, de modo a abarcar todo o ano, toda a área, bem como os principais segmentos do mercado-alvo. Os itinerários podem contribuir para o enriquecimento deste portfólio.

O Turismo e a Literatura/ Cultura podem formar parcerias de natureza diversa: pode procurar-se que a Literatura e o Turismo cooperem no sentido de publicitar os “produtos” culturais como atracções turísticas ou basear as estratégias de *destination branding* no veicular de imagens associadas à Cultura e à Literatura. Contudo, o Turismo tende a ser dominante neste tipo de parcerias, já que por vezes as artes estão organizadas de forma débil e o Turismo explora a Cultura e a Arte, nalgumas situações de forma indevida, independentemente de estas entidades participarem ou não nestas parcerias. Para além disso, não há, frequentemente, estratégias coordenadas a nível local, regional e nacional para o turismo artístico (Getz, s/d).

Para ultrapassar estas limitações, e para que se possa implementar parcerias entre a Literatura (ou outras artes) e o Turismo de forma sustentável, é necessário divulgar os benefícios que podem resultar para as artes da sua cooperação com o Turismo, bem como estabelecer redes de turismo literário e artístico a nível local, regional e nacional, de modo a que a cultura e a arte possam influenciar o Turismo ao nível estratégico e de marketing e para que as parcerias entre o

Turismo, a Arte e a Cultura sejam mais equilibradas. Para que as instituições culturais e artísticas possam beneficiar do Turismo, devem ter estratégias e objectivos bem definidos. É ainda importante garantir o financiamento e apoio necessários ao Turismo Literário e Artístico, incluindo investigação, assegurar a equidade da sua participação no processo de tomada de decisão, bem como garantir que desempenha um papel importante no processo de *destination branding* e *marketing*. Para além disso, a arte e a cultura necessitam de passar a proporcionar experiências criativas e participativas, ao invés de serem um produto estático, que proporciona meramente experiências passivas (Getz, s/d).

Pelo facto de o produto turístico ser um produto global (concretizado na mente do visitante), que abrange todo o conjunto de serviços que o visitante consome desde que sai de casa até regressar (Middleton, 1989), o funcionamento em rede pode contribuir para a melhoria da imagem que o turista tem do destino, na medida em que, ao estimular a comunicação e cooperação entre os diversos agentes da oferta de produtos específicos (alojamento, restauração, transportes), possibilita uma melhoria do seu desempenho enquanto produto global. Num itinerário literário, a comunicação entre as diversas entidades nele envolvidas poderá tender a ser mais intensa, uma vez que há uma temática que deverá interligar o produto oferecido por cada uma delas, o que exige maior coordenação da oferta entre os parceiros envolvidos de modo a transparecer uma imagem de coesão e unidade.

O potencial dos itinerários literários reside ainda no facto de:

- Poderem ter um contributo importante na divulgação do património cultural da região, aumentando o interesse pela Cultura e Literatura;
- Atraírem turistas de um nível de formação superior e, potencialmente, com maior poder de compra, logo gerador de receitas mais avultadas (tal como verificado em: Herbert, 2001; Eusébio, Castro & Costa, 2008);
- Cativarem novos segmentos de mercado, de modo a diminuir a dependência de um número limitado de mercados e produtos;
- Poderem estar associados a outras tipologias de Turismo, contribuindo para o incremento das receitas;
- Aumentarem a atractividade de locais com menor procura e durante a época baixa, já que, segundo Curado (1996), há uma maior proporção de turistas culturais que se desloca no Inverno;
- Permitirem diferenciação em relação a outros destinos que procuram posicionar-se como destinos de Turismo Cultural, na medida em que, por exemplo, um percurso de *Os Maias* em Sintra que envolva as suas principais atracções de forma activa não é replicável;
- Permitirem acoplar a economia do alojamento e da alimentação e bebidas à economia da experiência (cf. Breda, Costa & Costa citados por Costa, 2006a): os turistas deslocam-se motivados para visitar uma atracção ou assistir a um espectáculo, mas necessitam de recursos secundários que lhes forneçam serviços variados; por outro lado, os itinerários

literários e toda a indústria associada à experiência contribui para o prolongamento da estadia dos turistas e consequente aumento das receitas;

- A “economia da experiência” prevalecer actualmente no lazer e no turismo¹⁶ e os turistas procurarem cada vez mais experiências únicas (Getz, s/d);
- Os sítios literários tenderem a atrair turistas com interesses mais generalistas do que os dos meros “peregrinos literários” (Urry, 1990; Herbert, 2001), o que indicia que o interesse por este produto não esteja confinado a um grupo muito restrito de indivíduos, o que dificultaria a sua viabilidade económica;
- A criação de redes em torno de itinerários poder permitir um incremento do poder na tomada de decisão por parte das entidades frequentemente menos auscultadas, nomeadamente os agentes culturais, uma vez que a questão cultural é central em Turismo Literário (Costa, 1996; Getz, s/d).

Algumas das conclusões do estudo sobre Turismo Cinematográfico no Reino Unido podem ser extrapoladas para o Turismo Literário. Este relatório indicou que os filmes e programas baseados em livros podem construir e contribuir para uma “marca” para o Reino Unido associada à cultura e literatura, nomeadamente quando a obra é marcante no seu contexto cultural. Para além disso, sugere que as adaptações dos clássicos da literatura têm maior probabilidade de criar um efeito mais duradouro, uma vez que aproveitam uma marca já previamente existente. Enquanto as adaptações de *O Código Da Vinci* ou *Harry Potter* podem ter um maior impacto a curto prazo, é ainda desconhecida a sua longevidade e persistência (Olsberg|SPI, 2007).

A empresa Olsberg|SPI sugere ainda uma lista de factores de sucesso do Turismo Cinematográfico, na qual os profissionais do Turismo se poderiam basear para identificar os filmes em torno dos quais poderiam desenvolver as suas iniciativas de marketing. As características-chave para o sucesso são: narrativas fortes (por oposição a géneros de mero entretenimento, tais como acção ou aventura); filmes com uma marca já estabelecida (literária, histórica ou cultural) ou que têm como cenário edifícios históricos ou paisagens rurais; e, por fim, filmes nos quais o “lugar” – real ou ficcional – desempenha um papel essencial no desenrolar da acção ou na experiência das personagens (Olsberg|SPI, 2007). Estes factores de sucesso são também extensíveis ao Turismo Literário.

No Reino Unido, o património literário é essencial para a indústria turística nacional (Squire, 1996), pelo que uma parte significativa das *best practices* recolhidas no capítulo seguinte são britânicas. Muitas vezes, com a adaptação das obras à televisão ou ao cinema, torna-se difícil delimitar o Turismo Literário e o Turismo Cinematográfico nestes locais.

¹⁶ “As pessoas querem desfrutar com todos os seus sentidos, aprender e ser transformadas pelas suas experiências. “Participação” e “envolvimento” são as novas palavras-chave. Criatividade e sociedade criativa são os novos chavões” (Getz, s/d).

3.5. Levantamento de boas práticas no âmbito de itinerários literários internacionais

O Turismo Literário existe desde a Antiguidade. Influenciados por Heródoto e pela sua obra *Histórias*, muitos gregos e romanos abastados viajaram até às margens do Nilo, tendo havido, ao longo dos séculos, obras de vários autores que influenciaram os seus leitores a viajar. Porém, desde a publicação e sucesso obtido pela obra *O Código DaVinci* de Dan Brown, a procura do Turismo Literário sofreu uma revitalização, especialmente em Paris, onde decorre a maior parte da acção do livro. Surgiram diversos itinerários associados a esta obra, adaptados a diferentes segmentos de visitantes.

Em anexo são apresentadas três tabelas-resumo das quais constam exemplos internacionais de itinerários literários recolhidos ao longo do processo de investigação, com base na Internet (cf. Anexos Nº 2, 3 e 4). Pela extensa lista apresentada, verifica-se que, globalmente, há interesse pelo Turismo Literário e que, pelos preços praticados, os segmentos visados pertencem à classe média alta com uma elevada apetência cultural, a qual lhes permite usufruir e interessarem-se por este tipo de produtos culturais.

Análise das *best practices* (cf. Matrizes nos Anexos Nº 2, 3 e 4)

Em relação ao público-alvo dos itinerários analisados, este consiste sobretudo em turistas culturais em lazer. No entanto, há algumas excepções: os *DaVinci Code Tour Packages* em Chateau de Villette, que focam um segmento de luxo com interesses culturais; a *Casterbridge Tours*, que lida sobretudo com visitas escolares; e ainda a *HP Fantrips*, direccionada a um segmento que se pode considerar mais de lazer do que de Turismo Cultural e que tem um produto especificamente direccionada a famílias. Há ainda ofertas específicas para empresas (ex. o produto *Literary Treasure Hunt*, oferecido pelos organizadores do itinerário *Dublin Literary Pub Crawl*) e *tours* opcionais para visitantes com interesses específicos (ex. os visitantes do Chateau Villette podem ainda fazer um circuito alternativo dedicado a Maria Madalena). Em relação à segmentação do mercado segundo a proveniência dos turistas, alguns destes itinerários têm como público-alvo específico os turistas norte-americanos (ex: *Casterbridge Tours* e *Novel Explorations*).

Em relação à flexibilidade dos pacotes oferecidos, há pacotes que oferecem inteira flexibilidade, desde a reserva do tipo de alojamento, às atracções visitadas e à dimensão do grupo (ex. *British Tours*). O produto *Dublin Literary Pub Crawl* pode ser oferecido na modalidade *indoor*, que inclui a performance, mas não o itinerário pelos pubs. Noutros casos, como o da *HP Fantrips*, a flexibilidade é praticamente inexistente, uma vez que se trata de uma oferta mais “massificada”.

Alguns itinerários são oferecidos em mais do que um pacote, de modo a possibilitar a adaptação a segmentos diferentes. Os *DaVinci Code Tour Packages* em Chateau de Villette oferecem pacotes distintos em função da duração da estadia e a *HP Fan Trips* oferece um pacote para adultos e outro para famílias. A empresa *Casterbridge Tours* disponibiliza trinta itinerários literários diferentes e a *British Tours* doze.

Os itinerários têm extensões muito heterogéneas: desde 800 metros até 600 km. Podem centrar-se numa única atracção da cidade (ex: visita ao Museu do Louvre no pacote *Cracking the Da Vinci Code*), na visita a parte de uma cidade e suas atracções específicas (ex. os seus *pubs* ou os monumentos associados a um escritor) ou englobar diversas regiões a nível nacional (ex: projectos *Rheinischer Sagenweg* e *Deutsche Märchenstraße*). A duração da estadia é, do mesmo modo, muito heterogénea, de duas horas até doze noites, bem como a composição dos grupos, podendo oscilar entre visitas individuais e grupos com 52 elementos.

Os preços para visitas de duas a seis horas variam entre os €85 e as £985 por pessoa; para estadias mais longas, o preço é, na maioria dos casos, de €300-€400 por dia, mas pode chegar aos €1225 euros por dia. As refeições e visitas a museus podem ou não estar incluídas nos preços. Conclui-se que o gasto médio diário do visitante é bastante elevado. Como termo de comparação, pode utilizar-se o estudo de Eusébio et al. (2008), que apresenta as despesas diárias por segmento na região Centro de Portugal: os valores oscilam entre €43,03 por dia para os visitantes de saúde e €67,96 por dia para os visitantes culturais. O Turismo Cultural implica tendencialmente gastos diários mais significativos, pois aceder à arte e a produtos culturais requer o pagamento de entradas em atracções, bem como a mediação de um guia. Do mesmo modo, para conhecer a gastronomia de uma região, é necessário degustá-la em restaurantes locais.

A procura dos itinerários é sazonal, sendo que esta se concentra de Abril a Outubro, concluindo-se que, apesar de tudo, a sazonalidade é mais reduzida que no Turismo Sol e Praia. No caso da *Casterbridge Tours*, por estar dependente do mercado americano e dos períodos de férias escolares nos Estados Unidos, a época alta é de Março a Julho e a época baixa é em Agosto.

Em relação ao número de turistas que adquire itinerários literários anualmente, não foi possível obter dados da maior parte das empresas, quer devido à sua inexistência (no caso *Rheinischer Sagenweg* e *Deutsche Märchenstraße*), quer por as entidades preferirem não revelar estes dados. No entanto, a *Dublin Literary Pub Crawl* regista entre 17.000 e 20.000 visitantes anuais, sendo a mais procurada. A *Casterbridge Tours* mencionou ter entre 300 e 600 turistas em itinerários literários anualmente. Contudo, a *DaVinci Code Minibus Tour* referiu ter actualmente apenas cerca de cem visitantes anuais, o que provavelmente se justifica pelo facto de a obra não ser um clássico da literatura, pelo que terá tido um grande sucesso mediático, mas que terá perdurado apenas por um curto período de tempo (cf. Capítulo 3.4; Olsberg|SPI, 2007).

Tendencialmente, o alojamento escolhido é de categoria alta, excepto no caso da empresa *Casterbridge Tours*, cujo alojamento incluído é de duas ou três estrelas, devido ao facto de a sua oferta se dirigir a grupos de estudantes, e no caso da *HP Fantrips*, em que o alojamento é de três ou quatro estrelas, por ser uma oferta mais “massificada”. Nos restantes casos analisados, o alojamento é em hotéis de quatro ou cinco estrelas, em pousadas ou mesmo em palácios (Chateau de Villette). O hotel pode estar já pré-determinado no pacote adquirido ou, noutras casos, é escolhido consoante a preferência do cliente. Um mesmo itinerário poderá incluir

passagem por diversos hotéis ou o turista poderá permanecer no mesmo meio de alojamento do princípio ao fim da sua estadia.

Em relação à restauração, alguns almoços e jantares estão incluídos e, frequentemente, são em locais de charme. No caso da *Casterbridge Tours*, os jantares são organizados em restaurantes tradicionais e o menu é fixo, uma vez que lidam sobretudo com grupos de estudantes.

Todos os tipos de meios de transporte são utilizados: mini-autocarro, avião, comboio, transportes públicos (autocarro e metro), autocarros panorâmicos, cruzeiros, camionetas, *ferry*, barco a vapor, comboio típico e automóvel conduzido pelo guia turístico. Em todos os itinerários oferecidos há visitas guiadas, ou por guias turísticos ou por actores (excepto nos projectos *Rheinischer Sagenweg* e *Deutsche Märchenstraße*, em que os percursos podem ser feitos individualmente). O mediador turístico-cultural é uma peça fundamental da visita. Por esta razão, a qualidade da sua formação é fortemente enfatizada, nomeadamente no produto *Cracking the DaVinci Code* e nos itinerários da *British Tours*.

Em cada itinerário são visitadas várias atracções pagas (monumentos, museus, castelos...), estando a entrada nas mesmas incluída na maior parte dos casos, mas não em todos (ex. *British Tours*). Ao nível das actividades conexas do Turismo, os itinerários proporcionam oportunidades para fazer compras durante os passeios em zonas de comércio das localidades visitadas, bem como a aquisição de *souvenirs* nas atracções.

Algumas das empresas que organizam estes itinerários são membros de associações como a ASTA. Para além disso, muitas expandiram o seu negócio: a Novel Explorations organiza também itinerários em torno dos chás e da sua história.

Em relação aos projectos *Rheinischer Sagenweg* e *Deutsche Märchenstraße*, estes procuram estabelecer uma cooperação em rede com várias entidades nas dezenas de localidades que envolvem: a Central Alemã para o Turismo, as regiões de Turismo, as associações e postos de Turismo das localidades-membro, bem como empresas privadas. No caso da *Deutsche Märchenstraße* é estabelecida uma parceria com uma agência de viagens, no sentido de promover pacotes de férias com a temática dos Contos de Fadas para os locais envolvidos no itinerário. Para além disso, os websites de ambos os projectos apresentam informações relativamente a meios de alojamento e restauração, bem como hiperligação para os sites das regiões e postos de turismo que contêm mais informação sobre as ofertas destas empresas, bem como os seus contactos.

A inclusão de um motor de busca no site da *Deutsche Märchenstraße*, que permite a procura de vários tipos de atracções, de locais Património da Humanidade ou de eventos, é inovadora. A venda de livros de lendas e mitos em parceria com a editora envolvida no projecto *Rheinischer Sagenweg* constitui também um exemplo de uma boa prática.

As perspectivas futuras para a *Deutsche Märchenstraße* parecem prometer um continuado esforço de inovação, nomeadamente através de criação de um sistema de ofertas reserváveis

através do site da Rota na Internet, que permitirá uma maior interligação entre os diversos parceiros, bem como o fortalecimento de uma imagem de unidade.

Alguns dos itinerários literários analisados oferecem vantagens competitivas assinaláveis, uma vez que a sua oferta é inimitável pela concorrência. Por exemplo, apenas é possível viajar no comboio que apareceu nos filmes de Harry Potter como *Hogwarts Express* através da *HP Fantrips* e apenas através da empresa *French Vacation* é possível pernoitar no palácio utilizado para as gravações do filme *O Código DaVinci*. Por outro lado, os itinerários literários associados a um destino dificilmente poderão ser imitados e reproduzidos em destinos diferentes. Enquanto uma EuroDisney ou uma Isla Mágica podem ser reeditadas em qualquer ponto do planeta, os locais associados aos contos dos Irmãos Grimm apenas existem ao longo da Rota dos Contos de Fadas na Alemanha e as paisagens de Lake District que inspiraram William Wordsworth apenas existem em Inglaterra.

3.6. Os itinerários literários em Portugal

Nesta secção apresenta-se uma recolha de diversos itinerários literários existentes em Portugal. Tendo estes itinerários uma natureza diversa, são aqui apresentados divididos por categorias, conforme sejam publicados em livro, organizados por entidades públicas ou privadas, sejam enquadráveis no âmbito de projectos regionais ou se trate de sítios literários ou fundações dedicadas a um escritor:

Tabela Nº 2: Itinerários Literários em Portugal

Itinerários organizados por Câmaras:	Itinerários em publicação impressa:	Itinerários resultado de projectos regionais:	Itinerários privados ou de organização privada no âmbito de projectos públicos:	Sítios literários (Casas de escritores, Fundações...):
<p>→ Roteiro Queirosiano (Sintra) (cf. Anexo Nº 12)</p> <p>→ Roteiro Literário Hans Christian Andersen (Sintra; com carácter temporário, no âmbito das comemorações do bicentenário do nascimento de Hans Christian Andersen) (cf. Anexo Nº 13)</p> <p>→ Percursos Literários sobre oito escritores portugueses (Lisboa) (cf. Anexo Nº 14)</p> <p>→ Itinerários queirosianos em Portugal (cf. Capítulo 4.1.)</p>	<p>→ <i>Terras do Demo: Itinerário Aquilino</i> (Centro de Estudos Aquilino Ribeiro)</p> <p>→ <i>Colecção Viajar Com... Os Caminhos da Literatura</i> da Editora Caixotim (Projecto da Delegação Regional da Cultura do Norte)</p> <p>→ <i>A Beira na Rota dos Escritores do século XX</i> (Ana Maria Pires, Projecto da Comissão de Coordenação da Região Centro)</p> <p>→ <i>Literários – Viajando pela Literatura Português</i> (Azevedo & Braga, 1994)</p> <p>→ <i>Viagens com Garrett</i> (texto de Isabel Lucas e fotografias de Paulo Alexandrino)</p> <p>→ <i>Imagens do Portugal Queirosiano e Viagem no Portugal de Eça de Queiroz</i> (Matos, A. Campos)</p>	<p>→ <i>Rota dos Escritores do século XX</i> (promovida pela Comissão de Coordenação da Região Centro, CCRC) (cf. Anexo Nº 15 e 16)</p> <p>→ <i>Projecto Viajar Com...</i> (Delegação Regional da Cultura do Norte) (cf. Anexo Nº 17 e 18)</p>	<p>→ Itinerário organizado por Mil Andanças (cf. Anexo Nº 19)</p> <p>→ Itinerário organizado por Pinto Lopes Viagens (cf. Anexo Nº 20)</p>	<p>→ Fundação Eça de Queiroz (Tormes) (cf. Anexo Nº 21)</p> <p>→ Casa-museu de Camilo (S. Miguel de Ceide) (cf. Anexo Nº 22)</p> <p>→ Casa-museu de José Régio (Vila do Conde) (cf. Anexo Nº 23)</p> <p>→ Fundação Eugénio de Andrade (Porto) (cf. Anexo Nº 24)</p> <p>→ Casa Fernando Pessoa (Lisboa) (cf. Anexo Nº 25)</p> <p>→ Casa-museu Miguel Torga (Coimbra) (cf. Anexo Nº 26)</p>

O Turismo Literário em Portugal não goza ainda da mesma projecção que em outros países, tais como o Reino Unido, por diversas razões que não são objecto de análise neste trabalho. Como consequência, considera-se que o facto de terem sido implementadas recentemente iniciativas regionais de relevo, englobando diversos actores e promovendo a troca de experiências entre os mesmos, numa perspectiva de cooperação em rede (os projectos *Viajar Com* e *Rota dos Escritores*), é um sinal do interesse crescente pelo património cultural e literário, bem como do reconhecimento do seu potencial turístico. Ao nível do sector privado, este tipo de iniciativas de interligação entre literatura, património e turismo tem menor saliência. Os itinerários oferecidos pelas Agências de Viagens Mil Andanças e Pinto Lopes Viagens são muito similares entre si e centram-se na maior parte dos escritores incluídos no projecto *Viajar Com*.

Deste modo, considera-se que muito poderá ainda ser aprendido com exemplos internacionais na área do Turismo Literário, sobretudo no que concerne a “vertente turística” dos itinerários, já que a “vertente cultural” tem sido melhor explorada, pois os organismos envolvidos têm sido sobretudo agentes culturais, que dirigem a sua oferta ao público escolar, o que sublinha o carácter predominantemente educativo destes itinerários. Tal justifica a recolha de “boas práticas” internacionais neste sector, para que se possa inovar e para que os roteiros culturais possam também ser itinerários de Turismo cultural e literário, com projecção e com papel de relevo no desenvolvimento económico e social, ao nível local e regional.

A integração de empresas privadas do sector do Turismo (hotéis, restaurantes...) nestes projectos é pouco notória, apesar de a interligação com as atracções ter já algum relevo (repare-se, no entanto, que a referência a museus e atracções na página do projecto *Viajar Com* não inclui referência aos seus horários de abertura, preços ou, simplesmente, um link para essa atracção). Note-se ainda que o turista estrangeiro não é um público-alvo da quase totalidade destes projectos, já que os sites não estão traduzidos para qualquer língua estrangeira e não há interpretação noutra idioma que não o Português. Por outro lado, os projectos *Viajar Com* e *Rota dos Escritores* carecem de divulgação na página da Divisão de Turismo de parte significativa das Câmaras Municipais das localidades envolvidas.

Já a variedade de actividades oferecidas pela Fundação Eça de Queiroz, que engloba iniciativas ligadas ao sector do Turismo, é de realçar. A Promoção da Gastronomia Queirosiana, feita em parceria com restaurantes, a promoção do Vinho “Tormes”, a procura de promoção junto de agências de viagens e promotores turísticos, bem como a aposta em actividades promocionais e de animação cultural comprovam uma busca activa de sinergias com o sector do Turismo.

Conclusões

Nesta secção concluiu-se que o mediador cultural deve ter uma sólida formação em diversas línguas estrangeiras, bem como profundos conhecimentos ao nível da história, da geografia, da religião e da cultura da comunidade. Para além disso, a sua formação deverá contemplar os campos da sociologia e da psicologia, de modo a que o guia consiga estabelecer uma boa relação com o público, devendo este ter ainda conhecimentos sobre a economia e o mercado.

De seguida foram apresentadas definições de sítio literário, que foi distinguido do conceito “itinerário literário”. Concluiu-se que o turista literário não é necessariamente um “peregrino literário”, uma vez que a maioria das visitas a sítios literários tem na base da sua motivação a mera curiosidade e não um conhecimento profundo quer da obra quer do escritor. Para além disso, concluiu-se que em muitos casos há uma fusão entre Turismo Literário e Cinematográfico, que torna difícil distinguir em que medida o livro ou o filme influenciaram o Turismo no destino em análise. Apesar das várias semelhanças entre ambas as tipologias de Turismo, estas distinguem-se em muitos aspectos. Concluiu-se que a criação de redes de negócios contribui para o fortalecimento das economias locais e regionais, permitindo-lhes fazer face à globalização e reflectiu-se sobre o potencial da criação de redes de negócios com base em itinerários literários: estas podem permitir um *empowerment* de associações culturais e sem fins lucrativos no processo de tomada de decisão, o acoplar da economia da “experiência” à economia do alojamento e da restauração, favorecer um *destination branding e marketing* com base na criação de uma imagem de marca associada à literatura e cultura, bem como enriquecer o portfólio de atracções de um destino, entre outras vantagens.

Para ilustrar o exposto, foram recolhidos exemplos de boas práticas a nível internacional, sendo consideradas iniciativas públicas e privadas bastante heterogéneas, mas ainda assim com alguns pontos em comum, nomeadamente no que concerne uma despesa diária por visitante elevada. Por fim, foram mencionados alguns dos principais itinerários literários existentes em Portugal.

4. Proposta de construção de um itinerário turístico-literário queirosiano em Sintra centrado na obra *Os Maias*

Neste capítulo são diagnosticadas as forças, fraquezas, oportunidades e desafios da criação de um itinerário turístico-literário em Sintra envolvendo diversas entidades locais. Para tal, começa-se por caracterizar Sintra a diversos níveis e analisa-se o Roteiro Queirosiano actualmente existente no local. De seguida, averigua-se o modo como os responsáveis por diversas entidades da Cultura e do Turismo em Sintra perspectivam a relação Turismo – Cultura, o grau de *networking* que estabelecem com outras entidades, bem como o modo como vêem a sua potencial integração numa rede em torno de um itinerário turístico-literário queirosiano. A partir da recolha bibliográfica e empírica de dados é elaborada uma análise SWOT.

Com base nas conclusões desta análise, propõe-se a criação de um itinerário turístico-literário em rede com base na obra *Os Maias* de Eça de Queirós, sendo incluídos materiais de divulgação do itinerário e descrição do mesmo. Por fim, é elaborada uma análise do racional económico do projecto apresentado, bem como do seu potencial para a Cultura e Literatura.

4.1. A criação de um itinerário queirosiano turístico-literário em Sintra: forças e fraquezas, oportunidades e desafios

Este capítulo inicia-se com uma análise da integração do concelho de Sintra na região envolvente, bem como com uma caracterização do concelho a diversos níveis – geográfico, demográfico, económico, cultural e turístico – sendo ainda feita uma análise do planeamento estratégico para a região. De seguida procede-se ao levantamento dos itinerários queirosianos existentes em Portugal e a uma análise estratégica do roteiro queirosiano actualmente existente em Sintra com base em observação directa e entrevista semi-directiva junto da organização do mesmo.

Com o propósito de conhecer melhor o sistema turístico e cultural de Sintra foram realizadas entrevistas semi-directivas a diversas entidades da Cultura e do Turismo do concelho. Estas entrevistas permitiram ainda averiguar o *networking* que estas entidades estabelecem, perceber o modo como estes agentes perspectivam um itinerário literário que abranja vários *stakeholders* do destino, bem como as vantagens e desvantagens derivadas da sua possível adesão a esta rede.

Por fim é realizada uma análise SWOT com base nos dados recolhidos: são reconhecidas as potencialidades e oportunidades da criação de um itinerário literário queirosiano em Sintra, bem como os obstáculos à implementação do mesmo.

4.1.1. Sintra e a região envolvente

Neste subcapítulo procura caracterizar-se Sintra a diversos níveis: geográfico, demográfico, económico, histórico, cultural e turístico. Procura ainda enquadrar-se a proposta de um itinerário queirosiano no âmbito de planos já existentes para o local.

4.1.1.1. Caracterização ao nível geográfico

O concelho de Sintra localiza-se no distrito de Lisboa, a 25 km da capital, na Região Lisboa (NUT II), que corresponde à Área Metropolitana de Lisboa (AML). Ao nível das NUTs III, situa-se na Grande Lisboa (cf. Anexo Nº 27).

O concelho de Sintra engloba 17 freguesias (cf. Anexo Nº 28). A Vila distribui-se por três freguesias, todas criadas desde a Idade Média: Santa Maria, S. Pedro de Penaferrim e S. Martinho, onde se encontram os seus principais tesouros patrimoniais (Serrão, 1989). Apesar de ser o segundo concelho mais populoso do país, com 437 471 habitantes, a seguir a Lisboa com 499 700 (INE, 2008), tem recusado ser elevado à categoria de cidade.

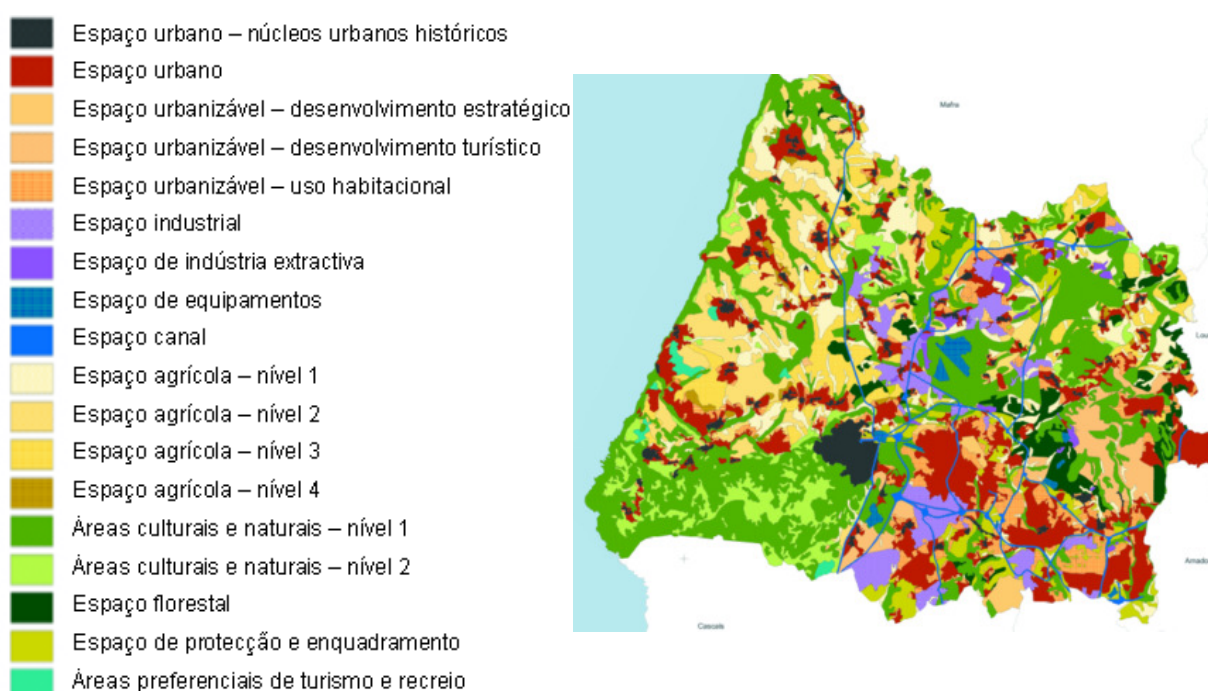
Segundo o Plano de Desenvolvimento Estratégico de Sintra, a paisagem de Sintra é sintetizável em quatro unidades paisagísticas principais (GANEC, 2005b):

- “1. *Zona Saloia*: parte norte do concelho, ainda com características tipicamente agrícolas; a área agro-florestal da Serra da Carregueira;
2. *Faixa Litoral*, com grande diversidade de habitats, mas sujeita a crescente pressão urbanística.

3. *Serra de Sintra*, com um coberto vegetal ainda com espécies autóctones, mas que tem vindo a alterar-se devido à actividade agrícola e aos incêndios.
4. *Zona Sul Urbana*, com um elevado índice de espaço artificializado, em especial no eixo Amadora-Sintra.”

Segundo o Plano Director Municipal, a maior classe de uso do solo em Sintra é constituída por áreas culturais e naturais, seguidas pelos espaços agrícolas, como se pode ver no mapa apresentado em seguida:

Figura Nº 1: Classes de Uso do Solo em Sintra
(PDM em GANEC, 2005a):



A protecção destes espaços é garantida pelos planos de ordenamento do território bem como outros instrumentos legais específicos de conservação da natureza (GANEC, 2005a). Deste modo, segundo o PDM, apenas 26,9% do concelho está urbanizado ou é urbanizável, sendo que 73,1% do concelho não está nem virá a ser urbanizado (PDM, citado por GANEC, 2005b). Estas características geográficas são propícias à actividade turística.

Para além disso, Sintra foi classificada como Património da Humanidade na categoria de Paisagem Cultural pela UNESCO em 1995 (cf. Anexo Nº 29). De facto, há em Sintra um sincretismo entre o património natural e o cultural, sobretudo na Vila de Sintra, que lhe confere um carácter único (CMS, s/d c). A par com o carácter excepcional do património natural sintrense, as suas características orográficas conferem a Sintra as características de um “micro-clima” (Núcleo Coordenador do Conselho Local de Acção Social de Sintra, 2004), o que acentua a singularidade do local.

4.1.1.2. Caracterização ao nível demográfico

Ao nível demográfico, a população residente aumentou 39,4% entre 1991 e 2001 e passou a concentrar 19,4% da população residente na Grande Lisboa (em comparação com 14,2% em 1991). Estima-se que a densidade populacional do concelho seja de 1370,4 habitantes por km², sendo muito superior à média nacional (115,3 Hab/km²) e à média da Região de Lisboa (956,9 Hab/km²), embora inferior à da Grande Lisboa (1472,2 Hab/km²) (INE, 2008).

Ao nível do crescimento populacional, este foi muito superior ao da média nacional (5%), da Região de Lisboa (5,6%) e da Grande Lisboa (3,6%) entre 1991 e 2001, tendo sido de 39,4%. Em termos absolutos, isto significa que a população de Sintra aumentou em 100 mil habitantes em 10 anos, passando de 260 951 habitantes para 363 749. Tal deve-se em grande parte à componente migratória (30,8%), mas também ao saldo natural (8,5%), que superou largamente a média nacional e a da Grande Lisboa (INE, 2002a; INE, 2002b). Deste modo, a tendência é para que o número de habitantes de Sintra e de Lisboa tenda a aproximar-se, já que a população de Lisboa cresce a um ritmo mais lento do que a de Sintra (GANEC, 2005a).

Em relação à estrutura etária, Sintra é o concelho mais jovem da Grande Lisboa: o seu índice de envelhecimento¹⁷ (72,7) é o segundo mais baixo da Região de Lisboa (107,0), estando o seu valor muito abaixo da média nacional, 113,6 (INE, 2008). Para além disso, o concelho tem o maior índice de rejuvenescimento da população activa¹⁸ (INE, 2002a). Um terço da população tem idade inferior a 24 anos, havendo uma predominância dos indivíduos com idades entre os 25 e os 64 anos, de ambos os sexos (INE, 2008). As correntes migratórias e a elevada taxa de natalidade justificam estes valores (Núcleo Coordenador do Conselho Local de Acção Social de Sintra, 2004). A maior parte dos estrangeiros residentes no concelho é originária dos PALOP, mas a percentagem de oriundos do Brasil e da Europa de Leste é também significativa (INE, 2002a).

De um ponto de vista estratégico, o elevado ritmo de crescimento demográfico poderá ter consequências negativas, tais como uma pressão exagerada sobre as infra-estruturas e os equipamentos existentes ou a crescente dificuldade na qualificação dos espaços urbanizados, resultando numa acentuada diminuição da qualidade de vida no concelho. Para além disso, poderá ser gerada uma pressão insustentável sobre a população em idade activa (GANEC, 2005a).

Contudo, a previsão de uma estrutura etária jovem para o concelho, com um forte peso de população em idade activa, poderá ser um ponto positivo. De facto, prevê-se que o seu índice de envelhecimento e de dependência total seja inferior ao da Área Metropolitana de Lisboa e do País (GANEC, 2005a).

A integração de Sintra na AML e sua articulação com Lisboa faz-se através de dois importantes eixos de comunicação, um rodoviário e outro ferroviário. O concelho tem sido objecto

¹⁷ População com 65 e + anos/população dos 0 -14 anos * 100

¹⁸ (População 20-29 anos/ População 55-64 anos) x 100

de forte pressão urbanística nas últimas décadas devido a (Núcleo Coordenador do Conselho Local de Acção Social de Sintra, 2004):

- Tercearização crescente de Lisboa;
- Saturação da Amadora;
- Contínua chegada de novos moradores à AML, do interior do país, dos PALOP e da Europa de Leste.

Segundo o *Diagnóstico Social do Concelho de Sintra*:

“O facto de o concelho representar um importante suporte na expansão urbana da região vai influenciar, de forma decisiva, o seu crescimento demográfico. É contudo notória a dependência que o concelho denota, em termos de emprego, face ao concelho de Lisboa” (Núcleo Coordenador do Conselho Local de Acção Social de Sintra, 2004).

4.1.1.3. Caracterização ao nível económico

Em Sintra o sector terciário englobava a maior parte das empresas (68,5%) e postos de trabalho (47%) em 1996. Já o sector secundário apresentava uma tendência para a expansão e ocupava a segunda posição em relação ao número de estabelecimentos (30,2%), mas concentrava 52% do rendimento total produzido e reunia os postos de trabalho mais dinamizadores do emprego. Em 1996 previa-se que este sector viesse a constituir o vector com as melhores condições para contribuir para a dinâmica económica. O sector primário tinha apenas um carácter residual (1,3% dos estabelecimentos), tendendo a perder a sua expressão e sendo marcado sobretudo por micro-empresas de carácter familiar (CMS – GSIG/GPE, 2000). O sector do comércio a retalho era o que apresentava uma maior frequência do número de estabelecimentos no Concelho de Sintra, seguido pelo sector da Construção Civil e pelo Alojamento e Restauração (CMS – GSIG/GPE, 2000). As freguesias envolvidas pelos principais eixos rodo-ferroviários de ligação a Lisboa, com maior densidade populacional, estavam mais dependentes em relação à capital, o que se traduz num número mais reduzido de estabelecimentos per capita: por exemplo, Monte Abraão, Belas Rio de Mouro e Agualva-Cacém (CMS – GSIG/GPE, 2000).

Verifica-se que a estrutura empresarial de Sintra é bastante atomizada e marcada pela presença de grandes empresas, tanto em termos de emprego como de volume de negócios. A presença de capitais estrangeiros e nacionais revela a abertura da economia do concelho e a sua integração na Área Metropolitana de Lisboa (GANEC, 2005a). Para além disso, regista-se uma escassez de infra-estruturas e equipamentos de apoio à actividade económica, nomeadamente os vocacionados para a inovação, transferência tecnológica, qualidade e certificação. No entanto, verifica-se a existência de condições para o concelho fortalecer a sua posição económica no contexto da AML, tais como a presença de unidades produtivas, de comercialização e distribuição com actuação nos mercados europeus e mundiais, o desenvolvimento de serviços de apoio às empresas (*back office*), bem como uma dinâmica de diversificação e modernização da base económica (GANEC, 2005a). Apesar de, globalmente, a estrutura empresarial do concelho de

Sintra se assemelha à dos restantes concelhos da AML (CMS – GSIG/GPE, 2000), destaca-se, comparativamente a esta, ao nível do comércio a retalho e por grosso, actividades agrícolas e turismo (GANEC, 2005a).

Em termos de emprego, o concelho tem apresentado uma evolução mais dinâmica que a nacional nos sectores dos serviços de apoio às empresas, serviços sociais e de saúde, construção e obras públicas, bem como actividades imobiliárias, além do turismo e papel/artes gráficas. No entanto, Sintra depende muito das actividades de construção civil e tem-se assistido a uma diminuição do emprego industrial. O sector do alojamento e restauração empregava 5,6% da população em 2001 (Quadro de Pessoal citado por GANEC, 2005a).

Em relação ao capital humano do concelho, 51,0% da população activa residente no concelho possui o Ensino Secundário ou Superior e a sua taxa de analfabetismo (12,5%), é inferior ao valor médio nacional (cerca de 14%). 51,0% da população residente tem como principal meio de vida o seu trabalho (Quadro de Pessoal citado por GANEC, 2005a).

A taxa de actividade do concelho de Sintra é de 78,7%, favorável nos contextos regional (76,4%) e nacional (78,0%). Verifica-se ainda um crescimento da população activa (total, masculina e feminina), trabalhando a maior parte destes por conta de outrem (83,9%). Contudo, verifica-se um aumento da taxa de desemprego (total e masculina), com tendência a agravar-se na sequência do processo de desindustrialização (Quadro de Pessoal citado por GANEC, 2005a). Verifica-se ainda que uma elevada percentagem de população se desloca para fora do concelho por motivos de trabalho ou estudo (45,7%) (INE citado por GANEC, 2005a).

Do ponto de vista estratégico, há ainda a assinalar outros problemas ao nível do capital humano, tais como o crescimento de população estrangeira com baixos níveis de qualificação e de desempregados à procura do primeiro emprego. No entanto, as taxas de actividade são favoráveis em comparação com os contextos regional e nacional e há a registar um aumento do nível de qualificação académica da população residente e activa, nomeadamente na população com o Ensino Secundário e Superior (GANEC, 2005a).

4.1.1.4. Caracterização ao nível histórico e cultural

Sintra é o “ponto de encontro do homem citadino com a Natureza ainda impoluta (...) a via de regresso ao Éden” (Flor, 1998:74), que contrasta com o ritmo urbano da capital. Em Sintra, a natureza e os monumentos fundem-se de forma mágica numa unidade globalizadora, “feita de palácios realengos e aristocráticos, de aglomerados saloios, de vestígios arqueológicos, de castelos, de imagens, quadros e azulejos, de serra e de fontes, de árvores e de espaços cenográficos” (Serrão, 1989:95). O seu património é um todo, pela convivência harmoniosa de estilos onde é possível, não obstante, detectar claramente as marcas do processo histórico (Flor, 1998), tal como se se tratasse de uma “memória viva” (Serrão, 1989:95):

“Sintra exemplifica a própria imaginação do poeta romântico capaz de, por função analítica, decompor o todo nas suas partes para logo a seguir, por função sintética, reconstruir e unificar a pluralidade dos fragmentos” (Flor, 1998:74).

Não é possível caracterizar Sintra culturalmente sem referir a sua nomeação como Património da Humanidade em 1995 pela UNESCO na categoria Paisagem Cultural, enquadrando-se simultaneamente nas categorias II, IV e V do parágrafo 24 estabelecido pela UNESCO (CMS, 1998). A área classificada é composta por uma vasta parte da serra e pelo centro histórico e inclui o património cultural e natural mais significativo de Sintra: parques, manchas florestais, o centro histórico (a *Vila Velha de Sintra*), palácios, quintas, *chalets*, arquitectura militar, igrejas, capelas, conventos, monumentos e vestígios arqueológicos (cf. Lista dos valores fundamentais constantes na área classificada como Património Mundial Paisagem Cultural – CMS, 1998:13). Apesar de esta classificação beneficiar o concelho em larga escala, implica também deveres e responsabilidades acrescidas, previstas na Lei nº 107/2001, de 8 de Setembro, que estabelece as bases da política e do regime de protecção e valorização do património cultural.

Sintra reúne vestígios de várias épocas históricas: desde o *tholos* pré-histórico existente na Praia das Mações, aos resíduos de *villae* romanas em Almoçageme e S. Miguel de Odrinhas, ao Castelo dos Mouros e à primeira fase de construção do Paço realengo da Vila, ao crescimento do mesmo durante a Idade Média e ao puro estilo gótico da Igreja de Santa Maria, ao solar de Ribafria e Penha Verde de cariz renascentista, ao barroco das reconstruções de várias igrejas, quintas e solares, ao romantismo, que atinge o seu auge na construção dos Palácios da Pena e de Monserrate (Serrão, 1989).

Os romanos denominaram Sintra de “amante da lua”. Os cristãos, entre os séculos X e XII procuraram tomar várias vezes o seu castelo aos mouros, que o entregaram definitivamente aos portugueses em 1147, logo após a conquista da capital (Reis & Helena, 2005), recebendo carta de foral de D. Afonso Henriques em 1154 (Serrão, 1989). Três séculos depois, D. João I fez obras nos Paços da Vila e elegeu Sintra como morada de Verão, pelo que muitos factos históricos ficaram ligados a esta vila (Reis & Helena, 2005).

Durante o Romantismo, Sintra converteu-se no lugar ideal para as divagações do espírito dos românticos. Este movimento surgiu no contexto da Revolução Industrial e pautou-se por uma “nostalgia por um passado histórico irremediavelmente comprometido e pelo fascínio da natureza” e teve expressão em vários domínios: poesia, artes, ideias e literatura de viagens (Serrão, 1989:19). Durante o século XIX, construções como o Palácio da Pena ou o de Monserrate influenciaram consideravelmente a arquitectura romântica europeia (CMS, 1998).

Nesta época, muitos burgueses lisboetas endinheirados procuravam Sintra durante o Verão. Robert Southley comenta numa carta de 1800: “Cintra é um lugar demasiado bom para os portugueses; só é próprio para nós godos, germanos ou ingleses” (citado por Serrão, 1989). Esta época ficou ainda marcada pela lei da supressão das ordens religiosas, que levou a que os seus espólios fossem desbaratados e delapidados. No século XX assistiu-se a um amplo desenvolvimento urbanístico, com o Bairro da Estefânia e os seus hotéis e pensões apinhados de

burgueses, apesar do evidente declínio de Sintra enquanto local preferencial de veraneio da alta sociedade lisboeta, dada a crescente atractividade de Cascais ou do Monte Estoril (Serrão, 1989).

Ao longo dos séculos Sintra foi enaltecida na literatura nacional e europeia (cf. Sintra na literatura europeia – CMS, 1998:269). Lord Byron foi uma das personalidades estrangeiras que mais louvou Sintra, que chamava de “glorioso Éden”, atraindo assim artistas que através das suas pinturas e gravuras divulgaram os encantos da vila pelo mundo.

Actualmente, ao nível da sua oferta cultural, podem ser destacadas as seguintes iniciativas culturais: o Festival de Música de Sintra, que se realiza desde 1957 durante o Verão em quintas e palácios de Sintra e no Centro Olga Cadaval, congregando artistas da música clássica nacional e internacional; e as Noites do Bailado, nos jardins de Seteais e, nos últimos anos, no Centro Cultural Olga Cadaval (Reis & Helena, 2005). Há muitas outras iniciativas culturais e espectáculos, não só no Centro Cultural Olga Cadaval, mas também na Quinta da Regaleira e no Museu Arqueológico de São Miguel de Odrinhas. O município presta ainda diversos serviços educativos, nomeadamente roteiros culturais: Roteiro Queirosiano, dos Santuários de Sintra, de Rio de Mouro Velho, Roteiro Romântico, Medieval, no Centro Histórico de Colares e “Hans Christian Andersen: Uma curta estadia em Sintra”. São também realizadas importantes feiras: Fera de S. Pedro, Feira dos Mercês, Fera de S. João das Lampas, Feira de Aqualva e a Feira de Montelavar (Reis & Helena, 2005).

Existem ainda diversos museus, tais como o Museu da Arte Moderna, o Museu do Brinquedo, o Museu Ferreira de Castro, o Museu Anjos Teixeira e a Casa-Museu Leal da Câmara. O Palácio Nacional da Pena e o Palácio Nacional de Sintra fazem parte do grupo de sete museus que receberam maior número de visitantes a nível nacional em 2002 (INE, 2003).

Salienta-se ainda a existência do Espaço Cultural Reflexo e da Casa da Cultura de Mira Sintra, sendo o primeiro espaço utilizado pela Associação Cultural e Teatral Reflexo e o segundo por associações culturais e pela população.

Quanto à doçaria tradicional, destacam-se as queijadas de Sintra, os travesseiros, os Pastéis da Pena, as Nozes de Colares, os Fofos de Belas, o Pão-de-ló, os Bolos de Natal, as Filhoses e os Aqualvas. Ao nível da gastronomia, evidencia-se o Leitão de Negrais, a Carne de Porco às Mercês, a Vitela à Sintrense e o Vinho de Colares (Reis & Helena, 2005; Serrão, 1989).

O Plano de Desenvolvimento Estratégico do Concelho de Sintra reconhece a existência de uma rede de museus com património de grande valor. No entanto, refere o risco de o ritmo de urbanização ser superior ao do fornecimento de infra-estruturas e equipamentos urbanos básicos, denotando a inexistência de um Complexo Multiusos, com dimensão e infra-estruturas adequadas à realização de grandes eventos, tais como as grandes feiras e exposições/mostras, espectáculos e/ou acontecimentos desportivos em recinto coberto (GANEC, 2005a).

No âmbito desta investigação é imprescindível referir que Sintra está presente na obra de Eça de Queirós, o maior romancista português do século XIX e um dos escritores de maior relevo da literatura portuguesa. Apesar de ter vivido afastado do país durante muitos anos, Eça conseguiu retratar de forma completa e expressiva o panorama social cultural de então, de tal forma que a

leitura das suas obras quase permite visualizar a sociedade portuguesa do fim do século XIX. Através da análise de relatos dos seus contemporâneos e, sobretudo, da sua correspondência, torna-se clara a grande admiração que Eça sentia por Sintra, a qual justifica o relevo que este lhe confere na sua obra (Rodil, 2000).

Deste modo, Sintra está presente em toda a sua obra, seja como palco da acção das personagens (*Os Maias*, *O Primo Basílio*, *A Tragédia da Rua das Flores*, *Correspondência de Fradique Mendes*, *Alves & C^a*), seja textualmente (*O Crime do Padre Amaro*, *A Ilustre Casa de Ramires*, *A Capital*, *O Conde de Abranhos*, *A Relíquia*, *O Mistério da Estrada de Sintra*, *As Farpas*). As referências que fez ao Vinho de Colares e às Queijadas de Sintra são também diversas.

Sintra é apresentada na literatura eceana como um local de eleição das classes ociosas, da realeza, da aristocracia e da burguesia lisboetas em diversas obras: *Os Maias*, *A Ilustre Casa de Ramires*, *A Capital*, *O Crime do Padre Amaro*, entre outras. A par com esta representação de Sintra, a Vila é ainda retratada como um “ninho de amores”, “local edílico, propício ao romance” (Rodil, 2000: 22) e, sobretudo, aos jogos amorosos (*Os Maias*, *Alves & C^a...*), sendo também um espaço de reconciliação (*Alves & C^a*), “símbolo da prosperidade, só ao alcance da aristocracia ou (...) de uma burguesia endinheirada” (Rodil, 2000: 23). Sintra aparece ainda como retiro espiritual em *A Ilustre Casa de Ramires* e *O Primo Basílio*.

Em *Os Maias*, as personagens sentem-se atraídas por Sintra, o paraíso romântico por excelência, “uma espécie de Éden onde se retemperam as forças e o espírito, onde se tentam agarrar paixões fugidias”, mas “onde as intrigas sórdidas também se escondem” (Azevedo & Braga, 1994: 106).

Eça procurou uma literatura que reflectisse a realidade e que transmitisse a verdade. Para tal, elaborou longas e ricas descrições do espaço físico e social onde as personagens se movimentavam, servindo-se de uma ironia dilacerante e perspicaz para criticar a sociedade sua contemporânea. Segundo Campos, Eça dá-nos a “ilusão do real” através da coloquialidade dos diálogos, do modo como consegue colocar cada personagem no seu ambiente próprio e dar vida a estes ambientes (Campos, 2000:11). Pela ligação entre a literatura e a realidade na obra de Eça de Queirós, o espaço é um elemento central da sua obra, a qual nos oferece, deste modo, a possibilidade de uma perfeita fusão da geografia e da literatura em itinerários de Turismo Literário.

4.1.1.5. Caracterização ao nível turístico

Sintra é o primeiro concelho da Área Metropolitana de Lisboa em termos de internacionalização turística (número de hóspedes estrangeiros/dormidas totais) e de património mundial classificado, sendo o segundo concelho da AML melhor dotado em termos de museus, de galerias de arte e de arquitectura civil residencial classificada. Três dos museus estão integrados em Palácios Nacionais (Sintra, Queluz e Pena). Segundo o Plano Estratégico do Concelho de

Sintra, existe um potencial de receitas associado ao Turismo que está por explorar, assim como um forte potencial para desenvolver segmentos de qualidade (GANEC, 2005a).

Já um relatório de 1996 salientava que “a riqueza patrimonial e paisagística do Concelho encontra condições ótimas para o incentivo e promoção de iniciativas relacionadas com as vertentes do turismo rural, do turismo de natureza e do turismo de habitação, que alia e promove a preservação e revalorização de imóveis e espaços envolventes, assim como a vertente cultural do lazer” (CMS – GSIG/GPE, 2000:66).

Para além da diversidade e atractividade dos recursos turísticos de Sintra, o concelho tem ainda uma localização geográfica privilegiada, devido à sua proximidade a Lisboa, estando ainda dotado de boas infra-estruturas ferroviárias, interfaces rodo-ferroviárias e de uma base aérea. O potencial financeiro do QREN (Quadro de Referência Estratégica Nacional) e o potencial para a criação de uma imagem promocional própria para Sintra são outros pontos positivos a assinalar (GANEC, 2005a).

A adjacência a Lisboa, importante foco de atracção de turistas internacionais, epicentro do Turismo de negócios e de congressos a nível nacional e grande centro populacional, contribui para o desenvolvimento turístico de Sintra. O concelho, pelas suas características e envolvimento paisagístico, pode funcionar como um pólo com traços opostos aos de Lisboa, pela predominância dos espaços verdes, apelando ao lazer e à evasão do stress e ritmo acelerado de uma capital.

Dada a distância a que está de Lisboa, a vila pode beneficiar não só da proximidade ao aeroporto mas, em particular, dos voos *low-cost* e dos passageiros que estes trazem. Segundo um estudo do Turismo de Portugal juntamente com a ANA – Aeroportos de Portugal realizado junto dos passageiros *low-cost* que passaram por Lisboa, o seu perfil-tipo correspondia ao de um homem, com grau universitário, em férias ou *city break*, que escolhe a viagem pelo preço e faz a reserva pela Internet, variando a sua estadia entre os três dias e uma semana (Jornal Opção Turismo, 2005). Na maioria dos casos, as viagens a Lisboa são feitas ocasionalmente ou mesmo pela primeira vez, confirmando a capacidade de as *low-cost* captarem novos turistas. Através das companhias *low-cost* os turistas podem poupar nas viagens e usufruir de alojamento em hotéis de categoria superior ou realizar mais viagens por ano (Inside Lisboa, 2005). O Turismo em Sintra poderá beneficiar destes visitantes que, pelo seu perfil psicográfico, poderão ser atraídos pela imagem veiculada por Sintra, fomentando assim o turismo cultural e de qualidade.

No entanto, há ainda algumas barreiras ao pleno desenvolvimento turístico do concelho, tais como carências ao nível do alojamento turístico e existência de fluxos de visitantes diários que muitas vezes excedem a capacidade de carga de imóveis de grande valor patrimonial, tais como o Palácio Nacional de Sintra e o Palácio da Pena (GANEC, 2005a). Já em 1996 era diagnosticado um notório sub-equipamento ao nível das unidades hoteleiras face à “elevada e conceituada expressão turística do Concelho” (CMS – GSIG/GPE, 2000: 65). Para além de o número de unidades hoteleiras existentes ser reduzido (22 unidades), as suas categorias são muito discrepantes, resultando numa carência de unidades de categoria intermédia. Consequentemente, a taxa de pernoita em Sintra é bastante reduzida, preferindo os turistas Lisboa ou Cascais.

Verificava-se ainda que, em 1996, apenas 26% dos estabelecimentos relacionados com o alojamento e restauração tinham unidades com mais de cinco pessoas ao serviço, evidenciando uma elevada predominância de unidades de pequena dimensão (CMS – GSIG/GPE, 2000). Em relação ao sector da Alimentação e Bebidas (restaurantes, cafés, pastelarias e cervejaria, cantinas), este englobava 96% dos estabelecimentos ligados ao alojamento e restauração e 85% do pessoal ao serviço neste sector (CMS – GSIG/GPE, 2000).

Quanto às agências de viagens, estas eram inexpressivas face à dimensão e população do Concelho (existiam apenas quatro). Esta escassez é em grande parte justificável pela proximidade e dependência de Lisboa e superfícies comerciais junto ao Concelho (CMS – GSIG/GPE, 2000: 69).

Verifica-se ainda uma atomização dos museus de Sintra que, no entanto, se tem procurado ultrapassar. Ainda recentemente a gestão do Parque e do Palácio da Pena era feita por entidades diferentes (GANEC, 2005a); porém, estes são hoje geridos pela Parques Sintra, Monte da Lua, empresa de capitais exclusivamente públicos e que gere diversos parques e monumentos sintrenses.

Em relação à distribuição da procura turística no tempo, há uma concentração nas visitas aos museus e monumentos sintrenses nos meses de Verão, de Julho a Setembro, havendo uma procura particularmente acentuada em Agosto. Em Abril e Maio regista-se um ligeiro aumento da procura, sendo que esta é mais reduzida entre Novembro e Fevereiro, não excedendo os 100 000 visitantes por mês em média nesta época do ano (cf. Anexo Nº 30) (Divisão do Turismo, comunicação pessoal, 7 de Abril de 2009). No entanto, é possível verificar que a procura tem aumentado mais na época baixa do que na época alta (cf. Anexo Nº 31). Quanto ao número de visitantes nos postos de Turismo, este aumentou cinco vezes nos últimos dezasseis anos, o que parece ser um indicador positivo (cf. Anexo Nº 32) (Divisão do Turismo, comunicação pessoal, 7 de Abril de 2009).

Em relação à distribuição da actividade turística no território, nem todo o concelho pode ser caracterizado como “turístico”. O Plano Estratégico do Concelho de Sintra distingue quatro “Sintras”, de acordo com as suas características geográficas e económicas: Sintra Histórica e Parque Natural, Sintra Rural, Sintra Industrial e Corredor Urbano (para mais informações, cf. GANEC, 2005a). Os espaços Sintra Rural e Sintra Histórica e Parque Natural são os que apresentam um maior potencial ao nível turístico, sendo este último o de maior relevância no âmbito deste estudo sendo, por esta razão, objecto de análise mais detalhada neste capítulo (cf. mapa – Anexo Nº 33).

A área denominada Sintra Histórica e Parque Natural tem uma área de 112 km² e 37936 habitantes, correspondendo a 10,4% da população do concelho. A sua densidade populacional é de 337 habitantes por km², muito inferior à média do concelho. De 1991 até 2001 registou um aumento populacional muito significativo, na ordem dos 25% (GANEC, 2005a). Esta área, de uma inegável riqueza ao nível da sua paisagem natural e cultural, que lhe confere um grande potencial de atracção de turistas, apresenta, no entanto, alguns pontos negativos, tais como a difícil

acessibilidade ao património, o envelhecimento da população e a proliferação de um “Turismo *fast food*” (GANEC, 2005a). Para além disso, verifica-se a falta de sustentabilidade de algumas quintas e má conservação de tapadas. O comércio tradicional tende a desaparecer e a Vila à noite está desertificada.

4.1.1.6. Sintra: estratégias para o futuro

Nesta secção procura reflectir-se sobre os objectivos estratégicos para Sintra patentes em alguns instrumentos de planeamento para o concelho e para a Vila, de modo a verificar se a proposta de um itinerário queirosiano é enquadrável nestes.

No Plano Estratégico de Sintra procura-se definir a Sintra ideal em 2015 e expor uma estratégia de modo a atingir esse objectivo. Este plano apresenta-se como um instrumento de apoio à planificação plurianual da Câmara Municipal de Sintra e procura contactar com os munícipes, de modo a captar a sua visão da Sintra ideal, mediante a realização de cinco painéis públicos com os seguintes temas (GANEC, 2005b):

- Sintra Rural e Ambiente
- Sintra Industrial e Competitividade Territorial
- Sintra Histórica e Parque Natural
- Corredor Urbano e Transportes
- Câmara Municipal de Sintra, Dimensão Financeira e Ordenamento do Território

Verifica-se, deste modo, que este plano adopta uma *bottom-up approach*, havendo uma tentativa de envolver os cidadãos no processo de tomada de decisão e de definição do que possa ser a “Sintra ideal” em 2015.

Com base na visão da “Sintra ideal” em 2015 veiculada pelos munícipes e no diagnóstico efectuado em 2005, é estabelecido o modelo de desenvolvimento para o concelho, com base nos princípios directores do Esquema de Desenvolvimento do Espaço Comunitário¹⁹, de modo a promover objectivos estratégicos e a melhorar a ligação entre os diferentes actores públicos e privados. Neste modelo de desenvolvimento são definidos vectores estratégicos para o desenvolvimento (GANEC, 2006):

- “Melhoria da gestão do território
- Dinamização da economia e criação de emprego
- Melhoria do ensino

¹⁹ O “Esquema de Desenvolvimento do Espaço Comunitário” (EDEC), aprovado em 1999, marca a passagem de uma abordagem de planeamento territorial para uma outra de gestão territorial. Alguns dos Princípios Directores do EDEC são: cidades e regiões urbanas dinâmicas, atractivas e competitivas; parceria cidade-campo; equidade de acesso às infra-estruturas e ao conhecimento; gestão prudente da natureza e do património cultural.

Este sistema de governação territorial baseia-se na cooperação e na organização em rede, tendo em vista o desenvolvimento de “vantagens competitivas de meio”, i.e., recursos imateriais, capital relacional, confiança, capacidade de cooperação, de compreender as mudanças e determinar estratégias, que “encrostem” (“embed”) os actores, em especial as empresas, dado que hoje em dia diferentes sistemas territoriais concorrem entre si” (GANEC, 2006).

- Melhoria na área da saúde
- Mobilidade de qualidade
- Inversão do ciclo da marginalidade
- Garantia da sustentabilidade ambiental”

Em anexo incluem-se as estratégias englobadas no vector estratégico “Dinamizar a economia e criar emprego”, por serem aquelas para as quais o projecto apresentado nesta dissertação pode colaborar (cf. Anexo Nº 34). A criação de redes entre agentes públicos e privados é uma das estratégias para a dinamização da economia. A formação de uma rede pode ainda facilitar a troca de informação sobre ajudas às empresas e/ou sobre aspectos técnicos e de mercado, outras das estratégias apresentadas no plano. O projecto de um itinerário turístico-literário queirosiano enquadra-se, portanto, no âmbito deste plano. Para além disso, o itinerário poderá ser incluído no âmbito de um plano de marketing territorial e englobado na marca SINTRA, de modo a criar sinergias entre o itinerário e esta marca. Acrescente-se ainda que, sendo outra das estratégias previstas a dinamização dos *mega-clusters*²⁰, o projecto proposto pode ser incluído simultaneamente no *mega-cluster* do Turismo/ Lazer e da Cultura/ Indústrias Criativas, podendo contribuir para o aumento do seu volume de vendas (GANEC, 2006).

Com base nos dados recolhidos através dos painéis realizados já referidos, são redefinidas “quatro Sintras”: Sintra Romântica, Sintra Industrial, Sintra Rural e Corredor Urbano (cf. Anexo Nº 35). A primeira é, das “quatro Sintras”, a mais relevante para o presente estudo e tem como um dos seus vectores estratégicos a optimização de Sintra enquanto produto turístico através do cumprimento dos seguintes objectivos (GANEC, 2006):

- Aposta na segmentação do mercado e na captação de turismo não-massificado;
- Fomento do turismo cultural, de lazer e desportivo;
- Aumento das receitas do turismo;
- Transferência do centro administrativo para fora da Vila, que deverá tornar-se num pólo turístico;
- Melhoria das condições estruturais de acesso.

De modo a atingir estes objectivos são traçadas diversas estratégias (cf. Anexo Nº 36), nas quais o projecto proposto pode ser integrado, nomeadamente ao nível da atracção de Turismo não massificado assente na segmentação do mercado, da aposta no turismo cultural e de lazer e da criação e promoção de roteiros turísticos. Para além disso, o itinerário poderá contribuir para justificar a criação de mais Pousadas de Juventude e o alargamento do horário de funcionamento de museus e património histórico aberto ao público. Pode ainda concorrer para o desenvolvimento de uma campanha de Marketing junto dos operadores turísticos internacionais e para a criação de

²⁰ Os *mega-clusters* referidos no Plano estratégico são: Habitat, Agro-indústria, Saúde/Ciências da Vida, Turismo/ Lazer e Cultura/Indústrias Criativas.

uma rede de quintas e hotéis de charme que possua uma estrutura comum para actividades de *BackOffice* (GANEC, 2006).

Os objectivos delineados pelo Plano Estratégico ao nível do Turismo para Sintra são compatíveis com os do Plano de Gestão da Paisagem Cultural de Sintra (cf. Anexo Nº 37). A conjugação entre o itinerário proposto e este plano pode verificar-se sobretudo ao nível da promoção do Turismo Cultural e de qualidade, da dinamização de actividades económicas que qualifiquem a imagem de Sintra, do desenvolvimento do sentido de pertença junto dos actores locais e da coordenação das relações entre várias entidades da zona inscrita em património mundial através da formação de uma rede. Para além disso, este Plano contempla ainda a viabilização de áreas históricas, a recuperação do património degradado, a divulgação do património de Sintra no mundo e a captação de novos agentes económicos vocacionados para a conservação e promoção do património, objectivos para os quais o itinerário proposto pode concorrer.

Pode concluir-se que o projecto proposto é enquadrável em planos existentes para Sintra e que pode contribuir para o alcançar das metas que estes procuram atingir. No capítulo 4.2.1. são apresentados os objectivos do itinerário literário queirosiano sobre *Os Maias*.

4.1.2. Itinerários Queirosianos

4.1.2.1. Levantamento dos itinerários queirosianos existentes em Portugal

O Roteiro Queirosiano em Sintra foi iniciado por João Rodil e continua hoje com o trabalho de José Manuel Gonçalves e de João Rocha. No entanto, há outros roteiros queirosianos em outras localidades portuguesas. Em Lisboa o percurso literário queirosiano é promovido pela Divisão de Programação e Divulgação Cultural do Turismo da Câmara Municipal de Lisboa; no Porto, Vila do Conde e Póvoa do Varzim este roteiro é organizado pela Confraria Queirosiana, sediada em Vila Nova de Gaia; a Confraria Queirosiana realiza ainda roteiros esporadicamente em outros locais de Portugal associados a Eça de Queirós, tais como Leiria e Coimbra; sendo a sede da Fundação Eça de Queirós em Tormes, naquela zona são também realizados roteiros queirosianos. De referir ainda a obra *Viajar com Eça de Queiroz* da colecção “Viajar com...os caminhos da literatura”, publicada no âmbito do projecto *Viajar Com* da Delegação Regional da Cultura do Norte (Castro, L., s/d a).

4.1.2.2. O Roteiro Queirosiano em Sintra: análise estratégica

Neste capítulo procura fazer-se uma descrição e avaliação do roteiro queirosiano actualmente existente em Sintra. Para tornar esta avaliação possível, foi necessário recorrer a dois métodos: observação directa e entrevista semi-directiva à entidade que actualmente organiza o Roteiro Queirosiano em Sintra (cf. Anexo N° 38).

O objectivo deste capítulo é determinar o público-alvo deste roteiro, diagnosticar as suas forças e fraquezas, bem como avaliar a possibilidade de este ser aproveitado para fins turísticos. A entrevista realizada com a entidade dinamizadora teve como objectivo obter mais informações sobre o modo como o itinerário actualmente em vigor funciona (objectivos do itinerário; público alvo; época alta e baixa; horários de funcionamento; dias da semana em que está disponível...). Para além disso, a entrevista serviu para recolher a opinião dos representantes desta entidade relativamente ao aproveitamento turístico deste roteiro, à introdução de actividades mais lúdicas no mesmo, à formação de uma rede de negócios em torno deste, bem como para compreender o modo como a relação entre Cultura e Turismo é perspectivada pelos entrevistados. Esta parte da entrevista será analisada na secção seguinte, juntamente com as entrevistas realizadas às restantes entidades.

O Roteiro Queirosiano em Sintra é da responsabilidade da Divisão do Património Histórico-Cultural do Departamento de Cultura e Turismo da Câmara Municipal de Sintra. Os responsáveis e mediadores deste roteiro são João Rocha e José Manuel Gonçalves.

Anteriormente o Departamento da Cultura e do Turismo estavam separados mas, actualmente, o vereador da Cultura assumiu também a pasta do Turismo. As Divisões associadas à Cultura e ao Turismo comunicam agora com maior frequência, uma vez que têm algumas reuniões em conjunto. No entanto, os agentes culturais entrevistados no âmbito desta investigação consideram que estas divisões associadas à Cultura têm objectivos muito diferentes dos da Divisão do Turismo. No entanto, reconhecem que a secção do Património, de entre as diversas divisões associadas à Cultura, é a que melhor comunica quer com a Divisão do Turismo, quer com o Departamento da Educação, Desporto e Juventude, que integra, juntamente com Departamento da Cultura e Turismo, a Direcção Municipal de Assuntos Sociais, Cultura e Turismo (cf. Anexo N° 39: Organograma da Câmara Municipal de Sintra).

Na entrevista realizada na Divisão do Património Histórico-Cultural foi possível recolher as seguintes informações relativamente ao Roteiro Queirosiano actualmente em vigor em Sintra:

Tabela Nº 3: Tabela descritiva do Roteiro Queirosiano em Sintra

Objectivo do itinerário	Divulgar a história e património de Sintra; Divulgar a obra de Eça de Queirós; Ir ao encontro das necessidades dos alunos e professores de Português do Ensino Secundário do 11º ou 12º ano para aprofundar e estimular o interesse dos alunos pela leitura de <i>Os Maias</i> .
Entidades envolvidas no roteiro	Divisão do Património Histórico-Cultural (Departamento de Cultura e Turismo da Câmara Municipal de Sintra)
Público-alvo	Alunos e professores de Português do Ensino Secundário (11º e 12º ano) Associações culturais (Associação de Amigos dos Castelos; UNESCO) ²¹
Época alta e época baixa	Época alta: de Fevereiro a Maio, quando <i>Os Maias</i> são leccionados nas escolas ²² . Durante a época alta chegam a fazer o roteiro duas ou mesmo três vezes no mesmo dia.
Horário	De 2ª a 6ª feira: 10-12h30 14-16h30 (flexibilidade nos horários em função dos acessos que uma determinada escola tem a Sintra)
Número mínimo e máximo de participantes	Mínimo 10; Máximo 40 Uma vez que as visitas são realizadas com um número mínimo de elementos, quando surgem pedidos de indivíduos estes são integrados em outros grupos. Tal acontece apenas em situações pontuais. Grupos provenientes de associações ou escolas diferentes não costumam ser juntos.
Modo de participação no roteiro	Por contacto prévio
Custo por pessoa	Gratuito

²¹ Embora a maioria dos pedidos seja feita por escolas, há também pedidos de associações e mesmo de alguns indivíduos.

4.1.2.2.1. Observação directa do Roteiro Queirosiano – Descrição:

A observação directa no Roteiro Queirosiano foi realizada em conjunto com a visita dos alunos do 12º ano de um colégio de Lisboa, com um número aproximado de 30 alunos.

Antes de dar início ao percurso Queirosiano em Sintra, há uma sessão prévia de preparação dos alunos para o mesmo, que decorre numa sala no edifício em que se encontra um Posto de Turismo e a Divisão do Património Histórico-Cultural, no centro da Vila. Durante esta breve sessão, com duração inferior a 30 minutos, são recapitulados os principais momentos da obra até ao capítulo VIII, aquando da ida de Carlos da Maia e Cruges a Sintra, sendo caracterizada a família do protagonista ao nível socioeconómico. Para além disso, é feita uma contextualização da obra de forma dinâmica. O guia não discursa longamente sobre a época em que a obra se enquadra, mas dialoga com os alunos, questionando-os e incentivando-os a responder às suas perguntas.

Ao longo desta sessão não são utilizados quaisquer suportes audiovisuais, o que poderia enriquecer a experiência dos alunos e estimular o seu interesse e a sua memória. O espaço não tem as condições ideais para o efeito, dada a sua exiguidade e a falta de lugares sentados para os trinta elementos do grupo. Nas vezes em que há grupos maiores a ocupar essa mesma sala, a situação agrava-se.

Em relação ao Roteiro Queirosiano em si, os pontos incluídos no percurso estão relacionados com a obra. O percurso inicia-se no Posto de Turismo, faz-se uma referência ao Hotel Vitor, visível ao longe, passa-se junto ao antigo Hotel Nunes (hoje Hotel Tivoli Sintra), visita-se o centro histórico da Vila para de seguida subir ao Hotel Lawrence, de onde se parte rumo a Seteais. Pelo caminho para-se junto a uma cascata, onde Alencar entra em cena; passa-se junto à Quinta do Relógio e Quinta da Regaleira, que não são relevantes para a obra, para terminar o percurso junto ao Palácio de Setais. O acesso a este Palácio não foi possível devido ao facto de este estar em obras nessa data. À medida que se passa pelos locais mencionados na obra, são citados excertos da mesma, aludindo-se ao momento da narrativa ao qual cada sítio específico está ligado e sendo ainda acrescentados pormenores históricos. Para além dos locais aludidos na obra, é feita referência a outros ao longo do percurso que não são mencionados em *Os Maias*. É dada especial ênfase à Quinta da Regaleira, à qual uma parte significativa do discurso do guia é dedicada.

Os alunos demonstraram um bom conhecimento prévio da obra, pelo que puderam responder às perguntas do guia ao longo do percurso e, pressupõe-se, acompanhar o seu discurso. Contudo, por vezes torna-se difícil ouvir o guia e compreender o seu discurso, quer devido à velocidade a que este fala e ao modo nem sempre perfeitamente audível como pronuncia as palavras, quer devido ao facto de os elementos do grupo se dispersarem e falarem bastante entre si.

O gosto dos guias pelo seu trabalho é visível não só durante o percurso, mas sobretudo durante a entrevista realizada. Verifica-se que o Roteiro Queirosiano procura ir ao encontro dos

²² No programa antigo da disciplina de Português a sazonalidade era menos concentrada, uma vez que *Os Maias* eram leccionados em alturas diferentes do ano para a disciplina de Português A e de Português B.

objectivos dos alunos e professores de Português do Ensino Secundário e que atinge os objectivos a que se propõe, primariamente de carácter educativo.

No entanto, para este poder ser um itinerário turístico-literário, teria de haver adaptações, de modo a não somente “educar”, mas a proporcionar uma experiência e uma vivência, por exemplo, através de actividades mais lúdicas, tais como dramatizações, passeios a cavalo para experienciar a atmosfera romântica que envolve a serra, entre outros.

4.1.2.2. Entrevista com os organizadores/ guias do Roteiro Queirosiano:

Segundo foi possível apurar na entrevista, o Roteiro Queirosiano não é apenas realizado para escolas, embora estas sejam o seu principal público. O Roteiro foi já realizado para grupos com características muito diversas: estudantes de universidades da 3ª idade, reclusos e guardas do estabelecimento prisional de Castelo Branco, Centros de Saúde, associações culturais, polícias e professores, para darem as boas-vindas aos novos colegas no início do ano lectivo.

Os mediadores referiram que têm a preocupação de adaptar o discurso ao público, ao seu nível de interesse, de conhecimento da obra e de cultura geral. Reconhecem que o excesso de informação poderá ser, por vezes, contra-producente. Referiram ainda que gostariam que houvesse uma exposição permanente para contextualizar a obra no período histórico em que se insere.

Em Novembro de 2005 tiveram muita procura, por possibilitarem inscrições individuais para a realização dos roteiros, incluindo aos fins-de-semana. Os roteiros organizados pela Divisão do Património Histórico-Cultural (Roteiro Romântico, de Hans Christian Andersen e no Centro Histórico de Colares) foram divulgados através de um folheto muito apelativo, na Internet e ainda na imprensa local e nacional. Consequentemente registou-se um grande aumento da procura nesse ano.

4.1.3. Análise das entrevistas aos potenciais parceiros a associar ao Itinerário Queirosiano

Neste capítulo procede-se à análise das entrevistas realizadas a diversas entidades que poderiam integrar uma rede de negócios em torno do itinerário queirosiano em Sintra. Os objectivos das entrevistas foram: obter mais informações sobre o modo como o itinerário actualmente em vigor funciona (objectivo do itinerário; público alvo; época alta e baixa; horários de funcionamento; dias da semana...); avaliar a abertura das entidades para a criação de uma rede de negócios e para a cooperação com outras entidades; avaliar o conceito de “Turismo” e “Cultura” que os gestores destas entidades têm e o modo como vêem a relação Turismo-Cultura (cf. Anexo Nº 40).

Foram realizadas entrevistas semi-directivas a oito entidades:

- Divisão do Património Histórico-Cultural (organiza o Roteiro Queirosiano);

- Parques de Sintra – Monte da Lua (empresa que gere o Palácio da Pena e outros parques e monumentos sintrenses);
- Sintratur – Aluguer de Trens Lda. (aluguer de trens puxados por cavalos);
- Voando em Cynthia (associação Cultural sem fins lucrativos que tem como objectivos a arte, a educação, a animação, a ecologia, etc.);
- Tivoli Hotels & Resorts (grupo hoteleiro com a concessão do Palácio de Seteais);
- Centro Cultural Olga Cadaval (principal sala de espectáculos da vila e órgão dinamizador de importantes eventos culturais);
- Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa (primeira casa a comercializar as queijadas de Sintra);
- Lawrence's Hotel (hotel mais antigo da Península Ibérica e um dos mais antigos do género na Europa, não só referido em *Os Maias*, mas palco da acção da obra).

Questionou-se a Parques de Sintra relativamente ao Palácio da Pena, que seria o monumento gerido por esta empresa pública de maior relevo para o itinerário queirosiano, e a empresa Tivoli Hotels & Resorts relativamente ao Palácio de Seteais, embora ao longo da entrevista também tenham sido feitas referências ao Hotel Tivoli Sintra. Outras entidades poderiam ter sido entrevistadas, mas estas são as mais importantes e representativas. No processo de selecção de organismos a entrevistar, procurou integrar-se entidades de diversa natureza: públicas, privadas, sem fins lucrativos, entidades da Cultura, do Turismo e de diferentes ramos de actividade. Foi ainda tida em conta a relevância do possível contributo de cada entidade para o produto sugerido nesta tese: um itinerário literário queirosiano em Sintra.

É possível dividir as entidades entrevistadas nas seguintes categorias:

- Entidades públicas: Divisão do Património Histórico-Cultural, Centro Cultural Olga Cadaval e Parques de Sintra – Monte da Lua;
- Empresas privadas: Tivoli Hotels & Resorts, Sintratur, Lawrence's Hotel e Queijadas da Sapa;
- Associações sem fins lucrativos: Associação Cultural Voando em Cynthia.

É também possível dividir estas entidades em apenas dois grupos: organizações relacionadas com o Turismo e organizações relacionadas com a Cultura. Esta divisão é mais difícil de operacionalizar, uma vez que algumas das entidades poderiam ser agrupadas quer na categoria Turismo quer na categoria Cultura, tais como a Parques Sintra – Monte da Lua. No entanto, uma tentativa de proceder a esta divisão poderá ser pertinente, nomeadamente no que concerne a análise do modo como as diferentes entidades perspectivam a relação Turismo e Cultura. Deste modo, as organizações do Turismo seriam: Tivoli Hotels & Resorts, Sintratur, Lawrence's Hotel e Queijadas da Sapa; as organizações da Cultura seriam: Divisão do Património Histórico-Cultural, Centro Cultural Olga Cadaval, Associação Cultural Voando em Cynthia e Parques de Sintra – Monte da Lua.

Porém, para efeitos da análise dos dados obtidos através da técnica de análise de conteúdo, faz-se referência sobretudo às entidades isoladas e não tanto às categorias em que estas se englobam, uma vez que se trata de um estudo exploratório.

4.1.3.1. Caracterização das entidades em relação ao seu público-alvo e sazonalidade

O primeiro grupo de questões colocadas aos entrevistados está relacionado com a caracterização das diferentes entidades ao nível do seu público-alvo, época alta e época baixa, de modo a verificar se os públicos-alvo das diversas entidades são coadunáveis e se as épocas de maior e menor procura coincidem. Idealmente, estes indicadores deveriam coincidir o mais possível, de modo a que o público-alvo atingido pelo roteiro fosse o público desejado pelas diversas entidades e junto do qual estas despertam interesse e curiosidade. Por outro lado, registando Sintra uma procura muito elevada na época alta, o objectivo do itinerário seria rentabilizar as infra-estruturas existentes durante a época baixa, daí a necessidade de a delimitar.

Verificou-se que estas entidades têm vários públicos-alvo e que estes variam de entidade para entidade:

- Escolas: Palácio da Pena; Roteiro Queirosiano;
- Segmento romântico (Dia de S. Valentim, casamentos...): Sintratur; Palácio de Seteais;
- Turistas ocasionais (“de passagem”): Sintratur; Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa;
- Turistas de conferências e incentivos: Lawrence’s Hotel²³; Sintratur;
- Mercado golfista: Lawrence’s Hotel;
- Não tem um público-alvo específico, procurando atrair públicos muito diversos: Associação Voando em Cynthia; Centro Cultural Olga Cadaval.

A única entidade que refere especificamente que tem como alvo o turista cultural é o Palácio de Seteais. Este termo não é utilizado por mais nenhuma entidade para designar o seu público-alvo, o que pode levantar questões interessantes: os agentes da Cultura não consideram “turistas” os que se deslocam até Sintra pelo interesse pela Cultura? Os agentes do Turismo não procuram activamente o turista com interesse pela Cultura? Ou, por outro lado, será a ligação entre Sintra e a Cultura tão natural e implícita, que os inquiridos partem do pressuposto que o turista se desloca a Sintra atraído pela sua riqueza patrimonial e cultural? As entrevistas revelam, como se verificará, que os entrevistados reconhecem a importância da Cultura para o Turismo (mais do que a importância do Turismo para a Cultura), mas que não procuram estabelecer relações com agentes da Cultura de forma activa, o que é paradoxal.

Verifica-se que as entidades que procuram cativar o público-escolar são entidades públicas, que os turistas ocasionais são captados por empresas de carácter familiar e que as organizações mais estreitamente ligadas à Cultura não têm um público-alvo específico.

²³ É um segmento ainda em desenvolvimento neste hotel.

Quanto ao local de proveniência dos visitantes, verifica-se que os turistas internacionais predominam no Lawrence's Hotel (provenientes do Reino Unido, Alemanha, Estados Unidos e França) e também no Palácio da Pena (sobretudo espanhóis). No Palácio de Seteais os turistas de lazer são sobretudo estrangeiros (norte-americanos, espanhóis e ingleses), excepto o segmento romântico, que é maioritariamente composto por portugueses. Os visitantes nacionais predominam ainda no Roteiro Queirosiano (provenientes de todo o país), no Centro Cultural Olga Cadaval (que procura abranger sobretudo a área da Grande Lisboa) e na associação Voando em Cynthia, cujos espectadores são maioritariamente de Sintra, mas também de outras áreas do país durante a realização de eventos de maior destaque, como os Encontros de Alternativas. Verifica-se que as entidades ligadas à Cultura apelam mais ao mercado doméstico e que as que estão ligadas ao Turismo apelam mais aos turistas internacionais. É ainda possível concluir que, apesar de não haver homogeneidade em relação aos públicos-alvo das diversas organizações, estas não têm públicos incompatíveis.

Em relação aos meses de maior procura, a quase totalidade dos entrevistados aponta como época alta os meses de Julho e Agosto. Abril, Maio, Junho e Setembro são apontados como meses com procura significativa, nomeadamente a altura da Páscoa. No Palácio de Seteais a procura em Abril está relacionada sobretudo com o segmento romântico, reuniões e banquetes. As entidades que apresentam padrões de procura diferentes são o Roteiro Queirosiano, cujo pico máximo da procura é de Fevereiro a Maio, por ser nesta fase que *Os Maias* são leccionados nas escolas, e o Centro Cultural Olga Cadaval, que regista níveis baixos de procura no pico do Inverno e do Verão, chegando mesmo a encerrar durante o mês de Agosto. A época em que regista maior procura é Novembro, a Primavera e Junho, devido à realização do Festival de Sintra, que atrai turistas de todo o país e mesmo alguns turistas internacionais. Verifica-se que, apesar das excepções, as épocas de maior e menor procura coincidem para a maior parte das entidades.

4.1.3.2. Percepção das vantagens e desvantagens inerentes à associação a um itinerário turístico-literário queirosiano em rede

O segundo grupo de questões pretendia avaliar o modo como as entidades percebem a sua possível integração num itinerário turístico-literário queirosiano, nomeadamente vantagens e desvantagens decorrentes desta parceria, bem como possíveis obstáculos percebidos. Averigua-se se as entidades estão actualmente incluídas em algum roteiro ou itinerário, bem como quais as organizações públicas e privadas, atracções turísticas e associações sem fins lucrativos com as quais mantêm relações, de modo a verificar se integram alguma rede e se consideram esse tipo de relação positiva ou negativa. De seguida, os entrevistados são questionados directamente sobre as vantagens e desvantagens da associação a um itinerário especificamente queirosiano e sobre a sua opinião em relação ao Roteiro Queirosiano actualmente em vigor. As questões colocadas à Divisão do Património Histórico-Cultural diferem necessariamente das questões colocadas às restantes entidades (cf. Anexos N.º 38 e 40).

Em relação à questão da inclusão num roteiro ou itinerário, a maior parte dos entrevistados referiu que as atracções, empresas ou associações que gerem são referidas em guias e livros em formato papel ou estão disponíveis na Internet. Os trens da Sintratur são utilizados para transportar figuras de santos entre aldeias por altura de festividades religiosas e o Festival de Sintra, organizado pelo Centro Cultural Olga Cadaval, é integrado por agências de viagens em pacotes dirigidos a melómanos. O entrevistado representante do Lawrence's Hotel referiu ter conhecimento de que o Roteiro Queirosiano organizado pela Divisão do Património Histórico-Cultural menciona o Hotel. No entanto, desconhecia o que é dito sobre o Hotel, o que revela que as entidades, apesar de reconhecerem os benefícios da Cultura para o Turismo, muitas vezes não procuram activamente a criação de sinergias entre ambas as áreas.

A questão seguinte pretendia conhecer as vantagens e desvantagens que os entrevistados vêem na sua integração num roteiro. A vantagem mencionada por um maior número de entrevistados foi uma maior divulgação da sua empresa/entidade devido a essa associação e, consequentemente, a atracção de mais visitantes e clientes (Palácio da Pena; Queijadas da Sapa; Lawrence's Hotel; Voando em Cynthia). Uma entidade refere a importância crescente de, hoje em dia, partilhar o que se faz e de "não trabalhar só para si" (Centro Cultural Olga Cadaval). Para a Sintratur, a inclusão num itinerário seria vantajosa desde que ocorresse durante a época baixa, a Primavera e o Outono. Esta empresa referiu ainda que seria interessante se houvesse uma associação com empresas como a Fuga Perfeita²⁴ de modo a realizar viagens temáticas. A representante da associação Voando em Cynthia respondeu a esta questão mencionando uma vantagem decorrente desta parceria para o itinerário, que é a possibilidade de este dispor de um vasto leque de actividades oferecidas pela associação. Questionada directamente sobre se receava que o aproveitamento turístico pudesse levar a uma plastificação da arte, a presidente da associação respondeu que tal só aconteceria se eles próprios o permitissem, pelo que não temia a perda de qualidade nas performances dos seus artistas.

Uma vez questionados em relação às desvantagens da integração num roteiro, duas entidades mencionaram não encontrar quaisquer desvantagens neste tipo de associação (Lawrence's Hotel e Grupo Tivoli). A maior parte dos entrevistados respondeu a esta pergunta mencionando sobretudo obstáculos e dificuldades decorrentes da integração num itinerário, e não tanto desvantagens. Os inconvenientes indicados foram o risco de aumento da concorrência entre as atracções decorrente da sua integração numa rede (Palácio da Pena) e o facto de os roteiros não serem vantajosos na época alta (Sintratur). Para a Sintratur, viajar com marcações na época alta significa que os trens não podem efectuar percursos pelo menos trinta minutos antes, pelo que a empresa pode deixar de efectuar algumas viagens e, deste modo, ter menos lucro.

As principais dificuldades apontadas foram ao nível da renitência dos turistas em fazer marcações com antecedência (Grupo Tivoli), da possibilidade de haver uma ruptura de stock e de matéria-prima de qualidade ante um aumento exponencial da procura (Queijadas da Sapa) e dos

²⁴ A empresa Fuga Perfeita está vocacionada para a animação e o Turismo Cultural.

acessos (Palácio da Pena), na medida em que o percurso até à Pena é demasiado longo para ser feito a pé, os autocarros de grandes dimensões não podem fazer o percurso até ao palácio e o transporte público é de vinte em vinte minutos e tem apenas 34 lugares disponíveis.

Em relação à integração num itinerário literário especificamente queirosiano, são apontadas diversas vantagens. Para além disso, muitos dos entrevistados referem de forma espontânea o modo como a organização que representam pode contribuir para este itinerário. Para o Palácio da Pena, as vantagens são “juntar num roteiro duas visitas que estão intimamente ligadas”, i.e. a visita ao Palácio e à Sintra de *Os Maias*, bem como contribuir para o reforço da natureza romântica do Palácio e atrair turistas com interesses diferentes. A Sintratur caracteriza esta associação como “interessante” e “facilmente organizável”. Para a Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa, esta associação “nunca é desvantajosa” e salientam que poderiam explicar a história das queijadas aos turistas, bem como o modo como estas são confeccionadas, desde que o grupo não excedesse os vinte elementos, devido à dimensão do estabelecimento. O Centro Cultural Olga Cadaval destaca as vantagens para o público, bem como a possibilidade de organizar um espectáculo que se realizasse ciclicamente no âmbito deste itinerário. Para esta entidade, o ideal seria os turistas deslocarem-se até ao Centro para assistirem às performances, e não os espectáculos a deslocarem-se, por exemplo, até monumentos sintrenses, devido aos custos acrescidos que tal implicaria. As oportunidades de negócio associadas à inclusão num itinerário literário são salientadas pelo Lawrence’s Hotel e pelo Grupo Tivoli. Este último destaca que as actividades que combinam desporto e cultura têm tido procura e que os turistas do Tivoli Sintra facilmente comprariam este tipo de actividade, uma vez que tendem a aderir a actividades relacionadas com o conhecimento de Sintra sob diferentes perspectivas. A entrevistada pelo Grupo Tivoli sugere ainda o contacto com agências especializadas no âmbito de *Studienreisen*. O entrevistado do Lawrence’s Hotel refere que já aconteceu serem contactados por uma associação para realizar um jantar com ementa queirosiana e que este tipo de actividade é facilmente organizável. Para a associação Voando em Cynthia, a sua integração num itinerário queirosiano pode contribuir para aumentar a vivência e consciência do que foi a época de Eça de Queirós junto dos turistas, bem como permitir a criação de mais postos de trabalhos para os actores desta entidade. Em suma, as oportunidades de negócio e a divulgação de cada entidade pela sua associação ao itinerário são os principais benefícios mencionados pelos inquiridos.

Quanto aos principais constrangimentos sentidos pelos entrevistados em relação a este projecto, todos eles referiram dificuldades diferentes: a dificuldade na renovação da oferta (Grupo Tivoli); os custos (Centro Cultural Olga Cadaval); o fraco domínio de línguas estrangeiras, por parte dos cocheiros, que podem dar algumas informações embora não sendo guias turísticos (Sintratur), e de alguns actores (Voando em Cynthia). No entanto, este obstáculo não é sentido como impeditivo, tratando-se de uma dificuldade contornável segundo a entrevistada da associação Voando em Cynthia.

Questionados sobre a sua opinião em relação ao Roteiro Queirosiano actualmente existente, apenas dois dos sete entrevistados expressaram a sua opinião, que é positiva (Palácio da Pena, Voando em Cynthia). Dos restantes cinco entrevistados, três conheciam o Roteiro, mas não tinham opinião sobre o mesmo (Centro Cultural Olga Cadaval, Lawrence's Hotel e Queijadas da Sapa). Os outros dois não o conheciam (Sintratur e Grupo Tivoli). Pode concluir-se que os agentes culturais revelam mais conhecimentos sobre o roteiro queirosiano do que os agentes turísticos.

Os dinamizadores do Roteiro Queirosiano foram questionados acerca da sua opinião relativamente ao aproveitamento turístico de itinerários literários. Os entrevistados responderam a esta pergunta, assumindo que por turista se entendia o turista estrangeiro. Consideram que há duas barreiras que limitam a participação de estrangeiros em roteiros literários: uma barreira cultural e uma barreira linguística. Os turistas estrangeiros não conhecem à partida a história, cultura e literatura portuguesa, pelo que têm mais dificuldades em compreender o contexto em que a obra se insere, para além de muito provavelmente a desconhecem. Para além disso, seria muito difícil traduzir algumas passagens e, mesmo traduzidas, dificilmente teriam a mesma expressividade e valor literário que as citações originais em Português.

Na perspectiva desta Divisão, uma adaptação do Roteiro Queirosiano ao turismo implicaria que este deixasse de ser um Roteiro literário-cultural para passar a ser um itinerário literário-turístico. Na sua perspectiva, seria possível a criação de um itinerário literário na condição de se falar do Eça sem se citar passagens da sua obra, que consideram intraduzíveis. Ambos os guias consideram que não gostariam de fazer itinerários literários para estrangeiros, devido às barreiras linguísticas e culturais referidas.

Para além disso, estes agentes culturais consideram que não têm a fluência em línguas estrangeiras necessária para falar sobre o Eça de Queirós, *Os Maias* ou Sintra a estrangeiros. No entanto, já realizaram o roteiro com estrangeiros, havendo nestas situações guias-intérpretes que traduziam o que era dito aos turistas. Contudo, pelo que disseram, foi possível inferir que sentiam que nestas situações os turistas tinham dificuldade em compreender e fruir da mensagem que lhes era veiculada.

No entanto, referem que com turistas brasileiros essas barreiras praticamente não existiam, uma vez que estão mais próximos cultural e linguisticamente. Para além disso, a mini-série da Globo *Os Maias* fez com que houvesse uma maior familiarização com esta obra de Eça de Queirós, fomentando assim o interesse destes pelo roteiro. Já com turistas espanhóis verifica-se também a existência de barreiras culturais e linguísticas, ainda que menores do que as verificadas com turistas de outros países.

Questionados em relação à integração de actividades mais lúdicas no itinerário, referem que já sucedeu os alunos de uma escola fazerem o roteiro vestidos das personagens de *Os Maias*, e que gostariam que o Teatro Há-de-ver²⁵, sediado em Lisboa, com espectáculos vocacionados

²⁵ Tentou entrevistar-se o Teatro Há-de-ver, mas não foi possível estabelecer o contacto.

sobretudo para escolas disponíveis para tournée, fosse a Sintra representar a peça *Episódios da Vida Romântica*, baseada em *Os Maias*. Contudo, referem que o Roteiro é essencial, sobretudo numa perspectiva pedagógica, para transmitir os conteúdos históricos, culturais e literários. As actividades lúdicas, tais como o teatro, poderão ser importantes numa perspectiva de divulgação, mas não substituem o Roteiro ao nível do conteúdo veiculado. Sublinham que quando falamos em “roteiro” estamos a falar de um percurso sobre Eça de Queirós com intenções pedagógicas, educativas e que quando falamos de “actividades lúdicas” em torno do percurso queirosiano, não há tanto a preocupação com o conteúdo, e que nesta perspectiva poderia conceber-se um itinerário queirosiano adaptado ao Turismo. Depreende-se assim que os inquiridos consideram que os estudantes não estão a fazer Turismo.

Questionados relativamente ao envolvimento de outras entidades com e sem fins lucrativos no itinerário, reconheceram vantagens para as empresas e atracções da sua associação ao Roteiro, mas não mencionaram vantagens para o Roteiro decorrentes da sua associação com estas empresas. Deste modo, consideram-se angariadores de fundos para determinadas entidades com fins lucrativos que referem ao longo do Roteiro Queirosiano, nomeadamente cafés e hotéis.

Uma vez que o Roteiro deixou de se realizar ao Sábado devido a constrangimentos orçamentais²⁶, interrogou-se os entrevistados se consideravam que a rentabilização do itinerário mediante a cobrança da participação no mesmo e sua adaptação ao Turismo poderia ser vantajosa, nomeadamente para poder retomar estes percursos. Estes consideram que não devem ser cobradas entradas aos alunos de escolas, mesmo que com um preço simbólico (ex. um ou dois euros por pessoa). Quanto ao itinerário ser gratuito para estudantes, mas ser pago pelos restantes visitantes, os inquiridos referem que cobrar bilhetes a uns e não a outros exige muita burocracia e que não é facilmente operacionalizável.

Pode concluir-se que, de todas as entidades entrevistadas, a Divisão do Património Histórico-Cultural é a que cita mais desvantagens em relação à formação de uma rede em torno do itinerário e à aposta na sua vertente turística. Os restantes entrevistados reconhecem mais vantagens do que desvantagens neste projecto e manifestaram o seu interesse em nele serem integrados. Apesar de terem sido questionados acerca de desvantagens da sua associação ao itinerário, o que vêem não são propriamente inconvenientes, mas sim algumas dificuldades. No entanto, nenhum destes obstáculos é impeditivo da implementação do itinerário queirosiano. Conclui-se ainda que é necessário formar os agentes culturais por outros agentes culturais, por exemplo, convidando um guia experiente de uma das *best practices* analisadas no capítulo 3.5., que tenha experiência em coadunar Turismo e Cultura. É importante sensibilizar estes agentes culturais, que têm o *know-how* da área da Cultura, para a possibilidade de conciliar estas duas áreas sem deturpar o produto cultural, bem como para a necessidade de diferenciar o essencial do acessório, de modo a transmitir a essência de um produto cultural a indivíduos que não tenham qualquer

²⁶ Não há verba para pagar horas extraordinárias aos guias.

conhecimento prévio sobre o mesmo. Por fim, importa consciencializar estes agentes da relevância do seu papel enquanto tradutores interculturais, e de que uma associação entre Turismo e Cultura pode também ser benéfica para a Cultura.

4.1.3.3. Avaliação do grau de *networking* com outras entidades

Em relação ao estabelecimento de relações com outras entidades, é possível concluir que as associações sem fins lucrativos estabelecem um grande *networking* entre si: a associação Voando em Cynthia referiu diversas associações similares com as quais mantém contacto e com as quais está a formar uma associação de associações não lucrativas. No entanto, o seu *networking* quer com agentes públicos quer privados é fraco. Apenas assinalam a realização do Encontro de Alternativas, evento que a Câmara Municipal de Sintra compra a esta entidade. É sobretudo notório como alguns dos restantes entrevistados, quer do sector público quer privado, quer do Turismo quer da Cultura, procuram deliberadamente demarcar-se destas associações. Algumas das afirmações proferidas foram: “só nos vêm pedir” ou “tentamos defender-nos desde o início”. A entrevistada da associação Voando em Cynthia afirma que recebem alguns donativos de comerciantes, mas consideram que as empresas só ajudam outras empresas ou grandes eventos. Segundo a entrevistada pelo Centro Cultural Olga Cadaval, há uma série de regras de procedimento para cumprir em relação ao aluguer de espaços, de modo que não é possível ceder os espaços gratuitamente.

As entidades associadas à cultura recebem donativos e patrocínios. A associação Voando em Cynthia referiu receber donativos de comerciantes e o Centro Cultural Olga Cadaval referiu receber donativos ao abrigo da lei do mecenato. Verifica-se ainda que os monumentos cooperam entre si: há relações entre o Palácio da Pena e os restantes monumentos geridos pela Parques de Sintra, bem como entre o Palácio de Seteais e vários monumentos sintrenses, tais como a Quinta da Regaleira. O Centro Cultural Olga Cadaval estabelece também relações com vários monumentos, na medida em que organiza o Festival de Música, que decorre em várias quintas, jardins e palácios de Sintra. Contacta ainda hotéis e companhias aéreas no âmbito deste Festival.

As empresas privadas procuram estabelecer relações com outras congéneres: a Sintratur coopera com quintas em casamentos e o Hotel Lawrence tem acordos com empresas de rent-a-car. O Tivoli Palácio de Seteais foi, de todas as entidades, a que apresentou um maior *networking*: trabalha com diversas cadeias de marketing e vendas, empresas como a Fuga Perfeita e A Vida é Bela²⁷ e ainda com o Centro Cultural Olga Cadaval, a Parques de Sintra Monte da Lua, o Turismo de Portugal, o IPPAR, o Estoril Sintra Convention Bureau, a Adega de Colares, a Quinta da Regaleira e outros monumentos. A entrevistada referiu que procuravam colaborar com os parceiros locais.

²⁷ A Vida é Bela está vocacionada para o Turismo Experiencial, oferecendo programas alternativos aos do turismo convencional.

Apesar de o Palácio de Seteais se destacar, o mesmo não acontece com as restantes empresas privadas, pelo que não é possível concluir se o *networking* é mais elevado entre entidades públicas ou privadas, do Turismo ou da Cultura. A tendência que verificamos é que as entidades com maior projecção e de maior dimensão estabelecem mais parcerias e de carácter mais variado (com empresas privadas, públicas, monumentos...). Deste modo, o Centro Cultural Olga Cadaval e o Palácio de Seteais/ Grupo Tivoli são as entidades com um maior *networking*. A Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa, por ser uma empresa de reduzida dimensão e de carácter familiar, a que os proprietários se dedicam pelos laços afectivos que os ligam a ela, tem um *networking* reduzido. No entanto, o entrevistado que representou esta empresa salientou que tinha solicitado ao Posto de Turismo desdobráveis para poder informar melhor os turistas sobre Sintra e que lhe foi indicado que deveria contactar por carta o Presidente da Câmara para que esse material informativo lhe fosse enviado. O entrevistado considera que “as coisas não estão interligadas, não funcionam”.

Contudo, apesar das burocracias que dificultam as relações entre as entidades, todos os entrevistados referem que interagem com a Câmara Municipal e com o Posto de Turismo, com os quais procuram manter boas relações, e a quem, em algumas ocasiões, prestam serviços: a Sintratur é frequentemente contactada para a realização de percursos quando há visitas de outros países, a Fábrica das Queijadas da Sapa fornece queijadas à Câmara Municipal aquando da realização de eventos e a associação Voando em Cynthia realiza o Encontro de Alternativas anualmente em parceria com a Câmara, que lhes compra o projecto.

Verifica-se que as entidades tendem a estabelecer relações com outras da mesma natureza: os monumentos estabelecem relações sobretudo entre si, bem como as empresas privadas e, sobretudo, as associações culturais, que são colocadas – ou se colocam? – um pouco à margem.

4.1.3.4. Percepção da relação Turismo – Cultura

Outro indicador que se procura avaliar é o modo como os inquiridos perspectivam a relação entre Turismo e Cultura. É possível identificar um *continuum* no modo como a relação Turismo - Cultura é compreendida, i.e. num extremo, Turismo e Cultura são vistas como áreas completamente diferentes, no outro extremo são vistas como equivalentes: a Cultura é encarada como um subproduto do Turismo e do Lazer (Palácio da Pena²⁸); o Turismo e a Cultura são também percebidos como “áreas que se complementam... ou melhor, que se deveriam complementar” (Voando em Cynthia); são ainda vistas como áreas diferentes mas não antagónicas e que, apesar de terem objectivos diferentes, “se tocam no Turismo Cultural” (Roteiro Queirosiano). Algumas entidades referem que o produto que oferecem resulta da fusão entre Turismo e Cultura (Lawrence's Hotel e Queijadas da Sapa) e que estas duas áreas têm uma relação natural (Grupo Tivoli). Para além disso, alguns entrevistados salientam que a Cultura

²⁸ A entrevistada tinha formação e funções na área da Gestão, o que justifica este ponto de vista numa representante de uma atracção cultural.

chama a atenção para particularidades que o turista não veria e que permite mostrar o que há de particular num lugar (Sintratur e Roteiro Queirosiano).

O Centro Cultural Olga Cadaval e o Roteiro Queirosiano, agentes da Cultura, referem os orçamentos reduzidos para a Cultura: o Roteiro Queirosiano deixou de funcionar aos fins-de-semana por falta de financiamento e o Centro Cultural considera que não tem sido feita uma aposta de fundo na cultura. A directora deste Centro refere o exemplo do Festival de Montreux, na Suíça, onde as verbas que são aplicadas na Cultura são recuperadas através do Turismo. O renome deste Festival não resultou de uma aposta de apenas um ano, mas de um investimento contínuo ao longo dos anos, segundo a entrevistada. Para além disso, os responsáveis pelo Roteiro Queirosiano defendem que a Cultura estimula a economia e que beneficia o património. No entanto, defendem que não faz parte do seu dever prolongar a estadia dos turistas em Sintra de modo a levá-los a jantar e a pernoitar na vila, pois essas funções fariam deles não divulgadores culturais, mas sim “divulgadores de lanchinhos”. Na opinião dos entrevistados, Cascais dispõe de um produto superior em termos de restauração e de hotelaria. Para além disso, dispõe de mais comércio e animação nocturna, tem um clima mais ameno e vista para o mar, o que dificulta que os turistas se mantenham em Sintra.

Para além disso, segundo os entrevistados, a partir das 20 horas não há um local onde tomar café no Bairro da Estefânia, a zona central da vila, e é difícil estacionar em Sintra. Logo, consideram que não há condições para que um turista pernoite em Sintra. Referem que não há lojas de artesanato especializadas, uma vez que vendem artesanato de todas as partes do país. Os entrevistados consideram que a sua secção não tem função lucrativa e que o prolongar da estadia dos turistas não passa, deste modo, pela secção cultural.

Pode concluir-se que a maior parte dos entrevistados encara a associação entre Turismo e Cultura como positiva e desejável. Contudo, a entrevistada do Grupo Tivoli salienta que esta relação deveria ser “operacional e realista”: os museus deveriam ter informações noutras línguas e não fechar, por exemplo, no fim-de-semana da Páscoa. O facto de o Turismo trabalhar com muita antecedência e de a Cultura trabalhar com pouca antecedência dificulta as parcerias entre ambas as áreas, segundo a entrevistada. Para além disso, esta refere que a informação na área da cultura existe de forma pouco estruturada, pelo que é difícil de adaptar a fins turísticos. É ainda possível verificar que os agentes do Turismo dão mais importância à associação com a Cultura do que os agentes da Cultura valorizam a sua associação com o Turismo, apesar de referirem alguns benefícios que podem resultar desta ligação, tais como a obtenção de financiamento para a realização de espectáculos e a protecção do património.

4.1.3.5. Imagem de Sintra

Por fim, procura verificar-se qual a imagem que as diferentes entidades têm de Sintra e quais são as características que a diferenciam de outros destinos, de modo a averiguar se há uma imagem comum entre os diferentes entrevistados ou se há diferenças significativas. As características culturais são as mais salientadas pelos entrevistados: grande concentração de

palácios e monumentos (Palácio da Pena, Sintratur), o facto de ser Património da Humanidade (Roteiro Queirosiano), a sua arquitectura (Grupo Tivoli), a riqueza da sua história (Roteiro Queirosiano e Grupo Tivoli) e o facto de ser a capital do Romantismo (Roteiro Queirosiano).

As características naturais também são salientadas: a grande concentração de verde e a sua beleza natural (Palácio da Pena, Queijadas da Sapa, Grupo Tivoli) e o seu micro-clima (Centro Cultural Olga Cadaval, Grupo Tivoli, Roteiro Queirosiano),

A sua ambiência é também destacada. A Sintratur salienta o facto de se tratar de um destino calmo e o Grupo Tivoli, o Lawrence's Hotel e o Palácio da Pena apontam o seu lado místico, a magia que envolve a serra. O entrevistado do Lawrence's Hotel refere que Sintra “é um dos locais mais românticos do mundo”.

A singularidade de Sintra é também referida pelos entrevistados: Sintra é “uma ilha neste mundo inteiro. Não há nada de igual” (Centro Cultural Olga Cadaval). Os responsáveis pelo Roteiro Queirosiano destacam que Sintra é única pelo modo como reúne num pequeno espaço tanta monumentalidade, pela sua floresta e também pelo Palácio da Vila, cujas chaminés o distinguem de qualquer outro. Referem ainda que Hans Christian Andersen dizia que qualquer estrangeiro podia encontrar em Sintra um pouco da sua pátria e salientam que há a ideia de que tudo o que existe no mundo pode ser encontrado em Sintra em microcosmos. Os seus parques são exemplos desse microcosmos, pois reúnem plantas de todas as partes do mundo. O Grupo Tivoli considera que este conjunto de características únicas faz com que Sintra não seja replicável, ao contrário de outros destinos, tais como Estoril ou Cascais.

A localização geográfica de Sintra é também um factor diferenciador, uma vez que reúne as vantagens da proximidade à serra e ao mar (Centro Cultural Olga Cadaval e Grupo Tivoli), com as vantagens de estar localizada perto de uma grande cidade (Sintratur e Grupo Tivoli). Esta proximidade, segundo a entrevistada no Grupo Tivoli, traz mais visitantes, mas não favorece o número de dormidas, já que muitos destes pernoitam em Lisboa.

Apesar de o guião da entrevista não contemplar nenhuma pergunta específica sobre o Turismo em Sintra, surgiram comentários sobre este tema por parte dos entrevistados de forma espontânea. Três entrevistados (Sintratur, Queijadas da Sapa e Roteiro Queirosiano) referem que em Sintra não há vida nocturna e que não há nada para fazer depois das 19 horas, “nem sequer um bar com música ao vivo” ou “um sítio para tomar café” (Sintratur e Roteiro Queirosiano), pelo que não há condições para que o turista permaneça em Sintra. Em 2007, a Divisão de Turismo organizou concertos ao ar livre no Verão, mas tal não se repetiu em 2008 (Sintratur). Para além disso, o prolongamento da estadia média dos turistas é ainda dificultado pelo facto de Cascais exercer uma concorrência muito forte, por dispor de um produto superior em termos de restauração e hotelaria, bem como de mais comércio, animação nocturna, um clima mais ameno e vista para o mar, segundo o Roteiro Queirosiano.

4.1.4. Implementação de um itinerário literário-turístico em rede em Sintra: análise SWOT

Tabela Nº 4: Análise SWOT: Forças e Fraquezas, Oportunidades e Ameaças da criação de um itinerário turístico-literário queirosiano em Sintra

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> - Importância da actividade turística em Sintra e sua tendência para crescer; - Características culturais e naturais de Sintra permitem-lhe atrair visitantes; - Boa conexão com a rede de transportes rodó e ferroviários; proximidade ao aeroporto; - Proximidade a Lisboa e integração na Área Metropolitana de Lisboa (importante foco de atracção de turistas internacionais, epicentro do Turismo de negócios e de congressos a nível nacional e grande centro populacional); - Primeiro concelho da Área Metropolitana de Lisboa em termos de internacionalização turística (número de hóspedes estrangeiros/ dormidas totais); - O segundo concelho da AML melhor dotado em termos de museus, de galerias de arte e de arquitectura civil residencial classificada, alguns dos quais com reputação internacional (Palácio da Pena e Palácio de Monserrate); - Três dos museus estão integrados em Palácios Nacionais (Sintra, Queluz e Pena); - Reconhecimento em instrumentos de planeamento da necessidade de apostar no Turismo de qualidade e enfatizar o Turismo Cultural; - Reconhecimento em instrumentos de planeamento da importância do incentivo à criação de redes entre agentes público e privados; - Hospitalidade dos autóctones; 	<ul style="list-style-type: none"> - Escassez de alojamento e de restauração de categoria intermédia; - Escassez de animação nocturna; - Desertificação da Vila à noite; - Incapacidade de reter os visitantes, incentivando-os a prolongar a estadia; - Dificuldade no acesso a algumas atracções ou inexistência de transporte público (ex. Palácio e Parque de Monserrate) devido às características orográficas da Serra de Sintra; - Falta de cooperação entre as diversas secções de um mesmo organismo na Câmara Municipal de Sintra (entre a Divisão do Património Histórico-Cultural e a do Turismo); - Excesso de burocracia no sector público que dificulta as relações entre entidades (ex. na cedência de panfletos a entidades privadas para que estas possam desempenhar o função de postos de turismo); - Existência de fluxos de visitantes diários que muitas vezes excedem a capacidade de carga de imóveis de grande valor patrimonial, tais como o Palácio Nacional de Sintra e o Palácio da Pena; - Degradação de edifícios e património histórico, cultural e ambiental; - Horário de funcionamento de museus e património histórico aberto ao público: apesar de muitos monumentos e museus encerrarem às 19h ou 20h, alguns encerram às 17h; - Proliferação de um Turismo massificado;

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> - Classificação de Sintra pela UNESCO como Património Mundial na categoria Paisagem Cultural confere-lhe maior visibilidade internacional; - Apenas 26,9% do concelho está urbanizado ou é urbanizável; - A maior classe de uso do solo é constituída por áreas culturais e naturais; - Forte concentração de recursos naturais e culturais (parques naturais, monumentos, museus...) e sua fusão harmoniosa; - Tendência para procura aumentar mais na época baixa do que na época alta nos últimos anos (cf. Anexo Nº 31); - Imagem de um destino autêntico e com características singulares - Diversidade e reconhecimento da gastronomia, doçaria e vinho regionais; - Iniciativas culturais realizadas em Sintra (Festival de Música de Sintra, Noites do Bailado), contribuem para a renovação do interesse cultural de Sintra, para o fortalecimento da sua marca enquanto marca cultural de qualidade e para diversificar a oferta; - Presença de vestígios históricos de várias épocas; - Associação de Sintra ao período do Romantismo e manutenção dessa ambiência romântica; - Referências a Sintra na literatura nacional e internacional, por diversos escritores e poetas, ao longo dos tempos (ex. Lord Byron e Hans Christian Andersen); - Existência de um Roteiro Queirosiano conhecido e que cumpre os objectivos a que se propõe (essencialmente educativos); 	<ul style="list-style-type: none"> - Tendência para o desaparecimento do comércio tradicional; - Falta de lojas de artesanato especializado; - Baixo <i>networking</i> entre agentes da Cultura e do Turismo (as empresas estabelecem relações com entidades da mesma natureza, bem como os monumentos e as associações culturais sem fins lucrativos); - <i>Networking</i> reduzido das associações sem fins lucrativos com outras entidades, excepto a Câmara Municipal; - Descrédito de outras entidades para com as associações sem fins lucrativos; - O Roteiro Queirosiano é visto, essencialmente, como “educativo” (não é visto como “turístico” ou como uma possível fonte de receitas); - Cultura trabalha com pouca antecedência em relação ao Turismo, o que dificulta as sinergias entre ambas as áreas; - Informação disponível na área da Cultura não é facilmente adaptável ao Turismo; - Agentes do Turismo não procuram estabelecer sinergias de forma activa com agentes culturais; - A proximidade a Lisboa prejudica o número de dormidas em Sintra; - Fraco domínio de línguas por parte de trabalhadores do Turismo e da Cultura (ex. alguns actores da associação Voando em Cynthia).

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> - Grande <i>networking</i> entre as associações sem fins lucrativos em Sintra, o que lhes poderá dar maior visibilidade e força no futuro; - Estabelecimento de relações por parte de agentes de natureza diversa (públicos, privados, monumentos, associações sem fins lucrativos) com a Câmara Municipal de Sintra. 	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Alterações nas motivações e tendências de consumo dos visitantes, privilegiando produtos culturais; - O Turismo Cultural é cada vez mais considerado uma área estratégica a nível nacional, regional e local; - A necessidade crescente de as atracções públicas garantirem o seu auto-financiamento aumenta a predisposição dos seus gestores para se envolverem em projectos ou redes de negócios, numa tentativa de cativar mais visitantes; - Uma maior coordenação entre os actores locais pode contribuir para estratégias integradas de desenvolvimento; - Forte potencial para atrair segmentos de qualidade; - Potencial para a criação de uma imagem promocional própria; - Possível contributo de um itinerário literário para aumentar a procura de Sintra nos períodos de menor procura; - Popularidade da obra <i>Os Maias</i> devido à sua integração nos programas da disciplina de Português do Ensino Secundário; 	<ul style="list-style-type: none"> - Forte concorrência de Cascais, Estoril e Lisboa ao nível do alojamento e restauração; - Dificuldade de traduzir passagens de Eça de Queirós para outras línguas sem que haja perda de parte do significado ou da expressividade das mesmas; - Dificuldade em traduzir cultural e historicamente a contextualização da obra; - A maior parte dos turistas estrangeiros (exceptuando os brasileiros) pode não conhecer sequer a obra ou o seu autor; logo, é mais difícil que um itinerário lhes desperte a atenção e o interesse; - A Divisão do Património Histórico-Cultural não vê benefícios no aproveitamento turístico do Roteiro Queirosiano, considera que muitas passagens de <i>Os Maias</i> são difíceis de traduzir culturalmente e que a função da Divisão não é lucrativa; - Dificuldade em renovar a oferta num itinerário turístico-literário queirosiano; - Gastos decorrentes da implementação e divulgação de uma rede e de um itinerário e actividades a ele associadas; - Para algumas entidades o itinerário tem apenas interesse durante a época baixa, não trazendo quaisquer vantagens na época alta (ex. Sintratur);

Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Galardoação da tradução mais recente de <i>Os Maias</i> para Inglês por Margaret Jull com o PEN Translation Prize 2008 aumenta a visibilidade da obra a nível internacional; - Adaptação de <i>Os Maias</i> a mini-série televisiva aumenta a visibilidade e o interesse do público pela obra, nomeadamente, o do público brasileiro; - Possibilidade de o itinerário literário se constituir como uma oferta suplementar aos <i>honey pots</i> (Turismo em Lisboa, Turismo de Negócios, Congressos e Convenções na Região Lisboa); - Interesse das entidades entrevistadas em serem integradas num Itinerário Turístico-Literário Queirosiano; - Incentivos e apoios financeiros no âmbito do QREN. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alguma renitência por parte de agentes culturais em colaborar com o Turismo (ex. Divisão do Património Histórico-Cultural considera que não é sua função prolongar a estadia dos visitantes em Sintra); - Agentes da Cultura não valorizam tanto uma parceria da Cultura com o Turismo como os agentes do Turismo.

4.2. Os Maias, Eça de Queirós e Sintra: uma proposta de criação de um itinerário literário em rede

Tendo em conta os dados bibliográficos e empíricos recolhidos na secção anterior, neste capítulo é apresentada uma proposta de consolidação de uma rede de negócios em torno de um itinerário literário em Sintra com base na obra *Os Maias* de Eça de Queirós. Para tal, começa-se por justificar a escolha desta obra e deste autor. De seguida, é apresentado o tema do itinerário, bem como a sua extensão, objectivos, público-alvo, os parceiros envolvidos, indicações sobre a sua coordenação e organização e comunicação interna da rede. São ainda apresentadas propostas no âmbito da política do produto, nomeadamente no que concerne a veiculação de uma imagem de unidade, sinalética, acessos e transportes, disponibilização de serviços no âmbito do itinerário e realização de eventos relacionados com a temática queirosiana. Para além disso, são feitas propostas ao nível da política de comunicação e de distribuição, sendo ainda sugeridas medidas para avaliar o sucesso do projecto.

De seguida são apresentados três pacotes turísticos dirigidos a públicos-alvo diferentes: ao público escolar, a turistas com conhecimento profundo da obra queirosiana e a turistas de lazer,

com interesse por literatura, mas com poucos ou nenhuns conhecimentos da obra, e que procuram sobretudo usufruir de uma experiência. Por fim, é feita uma análise do potencial económico e cultural deste itinerário literário.

4.2.1. Itinerário Turístico-Literário *Sintreando com Eça*: proposta

Tabela Nº 5: Quadro descritivo do itinerário *Sintreando com Eça*

Nome da rota	<i>Sintreando com Eça</i>
Justificação da escolha da obra <i>Os Maias</i> de Eça de Queirós como elemento central no itinerário proposto	<ul style="list-style-type: none"> – Destaque da Literatura Portuguesa a nível internacional; – Eça de Queirós goza de grande projecção a nível nacional e internacional; – É uma obra/ uma marca já estabelecida; – O local (Sintra) desempenha um papel importante na obra como palco da acção e também ao nível simbólico; a celebração da beleza de Sintra preenche grande parte do capítulo VIII da obra; – O facto de se tratar de um clássico da literatura leva a que não seja procurado por turismo de massas e que a atractividade do itinerário não seja passageira, mas sim que se concretize ao longo do tempo; – A obra está associada a Sintra e o Roteiro Queirosiano actualmente existente goza de reconhecimento; – A obra foi adaptada à televisão pela Rede Globo, o que aumenta a visibilidade da mesma; – O Turismo cultural e literário tende a atrair turistas com habilitações mais elevadas e, consequentemente, com maior poder de compra (Eusébio et al., 2008; Herbert, 2001).
Tema	<ul style="list-style-type: none"> – Itinerário alargado envolvendo os lugares mencionados no Capítulo VIII da obra <i>Os Maias</i> de Eça de Queirós em Sintra, mas não restrito a estes; – Exploração da ambiência romântica de Sintra, seus monumentos e oferta turística e cultural enquadrável num percurso queirosiano e romântico, que permita ao visitante sentir-se transportado para dentro da obra e para a época queirosiana.
Extensão	<ul style="list-style-type: none"> – Vila de Sintra, Serra de Sintra, Colares (concelho de Sintra).

Nome da rota	<i>Sintreando com Eça</i>
Objectivos	<ul style="list-style-type: none"> – Aumentar o <i>networking</i> entre os diversos agentes da cultura e do Turismo, do sector público, privado e não-lucrativo no concelho de Sintra, de modo a fortalecer o poder de atracção da região ao nível do Turismo Cultural; – Oferecer um produto de Turismo Cultural de qualidade, autêntico, não-massificado e sustentável a nível económico, social e ambiental, enquadrável na imagem de marca de Sintra enquanto produto turístico; – Aumentar o potencial do Turismo para a viabilização de áreas históricas; – Maximizar o potencial da herança cultural e seu contributo para o desenvolvimento económico e social ao nível local e regional; – Fomentar a criação de redes entre agentes públicos e privados, atracções e entidades sem fins lucrativos, bem como a cooperação entre empresas; – Desenvolver um sentido de pertença nos vários actores locais de modo a assegurar o seu envolvimento e participação; – Aumentar a visibilidade e financiamento de entidades sem fins lucrativos; – Reforçar a imagem de Sintra como cidade cultural e, particularmente, romântica; – Tornar mais visível a relação já existente entre Sintra e a literatura; – Permitir novas leituras de Sintra junto de novos públicos através do olhar de Eça de Queirós sobre a Sintra oitocentista²⁹; – Contribuir para a projecção de produtos de Marca Sintra (integração do itinerário literário nessa <i>umbrella brand</i> mais global); – Criar uma marca registada para o itinerário literário, para assim aumentar a sua visibilidade e permitir um posicionamento mais competitivo; – Promover o turismo cultural e de qualidade, de modo a maximizar os benefícios da actividade turísticas reduzindo os seus efeitos nocivos;

²⁹ A Divisão do Património Histórico-Cultural já promove estas leituras de Sintra junto do público escolar, mas com este itinerário pretende alargar o público-alvo e proporcionar esta leitura a novos públicos e que estes a vivenciem de forma mais interactiva.

Nome da rota	<i>Sintreando com Eça</i>
Objectivos (cont.)	<ul style="list-style-type: none"> – Captar turismo não massificado através da segmentação do mercado; – Apostar no Turismo de Negócios, Incentivos, Congressos e Convenções e em ofertas para actividades de <i>BackOffice</i>; cativar turistas de negócios/congressos/ convenções a prolongarem a sua estadia; – Desenvolver uma campanha de Marketing junto dos operadores turísticos internacionais; – Dinamizar actividades desportivas e lúdicas no contexto do itinerário proposto; – Aumentar procura de atracções em períodos de menor procura (apostando nos segmentos que se deslocam a Sintra durante a época baixa e intermédia: estudantes, turistas de incentivos e congressos...); – Alargar horário de funcionamento de museus e património histórico aberto ao público; – Elaborar uma agenda anual de actividades e eventos.
Público-alvo	<p>Quatro públicos-alvo, um de turistas independentes, três de turistas organizados.</p> <p>Os três pacotes oferecidos reflectem três estratégias de <i>marketing-mix</i> distintas:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Segmento 1: Estudantes; – Segmento 2: Turista literário, intelectual e com nível de conhecimento elevado da obra queirosiana: o “peregrino literário”; – Segmento 3: Turista cultural em lazer, nacional ou internacional, que procura conhecer Sintra sob uma perspectiva diferente; Turista de Negócios, Incentivos, Congressos e Convenções. <p>Aos turistas independentes é dada a possibilidade de fazer o percurso com áudio-guia e de adquirir brochuras e guias sobre o itinerário. Por marcação, e consoante a disponibilidade, poderão ser integrados nos percursos oferecidos aos turistas que adquirem os pacotes.</p>

Nome da rota	<i>Sintreando com Eça</i>
Gestão da Rede Parceiros ³⁰	<ul style="list-style-type: none"> – Posto de Turismo de Sintra; – Divisão do Património Histórico-Cultural (Câmara Municipal de Sintra); – Divisão do Turismo (Câmara Municipal de Sintra); – Hotel Tivoli Palácio de Seteais; Hotel Tivoli Sintra; – Empresa pública Parques de Sintra, Monte da Lua (Palácio da Pena...); – Sintratur – Aluguer de trens; – Associação Cultural Voando em Cynthia; – Hotel Lawrence; – Queijadas da Sapa; – Palácio da Vila; – Centro Cultural Olga Cadaval; – Fundação CulturSintra; – Adega Cooperativa de Colares; – Coisas do Vinho; – A Vida é Bela ou Fuga Perfeita; – Podem ainda ser integradas entidades que possam estar interessadas no projecto e ser relevantes para o mesmo.
Coordenação e organização da rede	<ul style="list-style-type: none"> – O comité de gestão da rede é composto por um membro de cada entidade envolvida e é coordenado por um membro do sector público ou por um membro eleito.
Comunicação interna	<ul style="list-style-type: none"> – Os elementos reúnem com uma frequência a determinar; – Regularmente é enviado um inquérito a cada entidade para avaliar a sua satisfação com a integração na rede e detectar eventuais problemas ou captar sugestões para melhoria e constante inovação ao nível do produto oferecido e da relação entre os <i>stakeholders</i>. Em função do <i>feedback</i> obtido, poderá ser convocada uma reunião para melhorar o desempenho da rede; – Os questionários são analisados pela coordenação do projecto.

³⁰ Sugestão de parceiros a incluir. Nem todos foram entrevistados no âmbito desta dissertação, uma vez que foram seleccionados os mais relevantes.

Nome da rota	<i>Sintreando com Eça</i>
Objectivos/ Vantagens da parceria	<ul style="list-style-type: none"> – Aumentar a visibilidade do itinerário; – Cativar um público mais lato; – Constituir um produto bem articulado que possa ser proposto a escolas, organizações de congressos...; – Fazer o marketing conjunto de várias entidades do concelho através de publicidade no website do itinerário, da criação de uma marca, ligando as diversas entidades sob a égide de Eça de Queirós; – Distribuir o produto através das entidades associadas, do Posto de Turismo, do site na Internet e de agências de viagens e empresas de animação e Turismo Experiencial como A Vida é Bela e Fuga Perfeita; – Prover formação aos membros da rede nas seguintes áreas: <ul style="list-style-type: none"> - Objectivos e modo de funcionamento da rede; - <i>Os Maias, Eça de Queirós</i> e Literatura; - Especificidades do Turismo Literário; - Turismo cultural: a criação do produto e a formação de mediadores; - Línguas estrangeiras (nomeadamente Inglês e Espanhol); - Práticas de <i>Benchmarking</i> (de modo a assegurar o nível de competitividade desejável).
Política do Produto Meios utilizados para veicular uma imagem de unidade	<ul style="list-style-type: none"> – Logótipo; – Sinalética; – Website; – Mapa com localização das atracções; – Guia/ Livro sobre o itinerário.
Acesso/ Transportes	<ul style="list-style-type: none"> – Transporte aéreo: aeroporto da Portela (Lisboa); – Comboio: de Lisboa até Sintra pela Linha de Sintra; – Automóvel/ autocarro: IC 19; – No pacote para turistas de lazer oferece-se transporte dentro de qualquer ponto da Grande Lisboa até Sintra em mini-autocarro; – No website disponibilizar informação sobre: linhas de autocarro; Sintratur – aluguer de trens e rent-a-car (para os turistas que optem por fazer o itinerário de forma independente, sem adquirir um pacote de viagens).

Nome da rota	<i>Sintreando com Eça</i>
Serviços oferecidos/ disponibilizados	<ul style="list-style-type: none"> – Pacotes de viagens do itinerário literário queirosiano (três pacotes para três segmentos distintos); – Alojamento: Hotel Lawrence e Palácio de Seteais³¹; – Alimentação e bebidas: prova de vinhos na Adega de Colares; prova de Queijadas de Sintra; degustação de gastronomia típica sintrense e queirosiana; – Visitas guiadas no âmbito do Roteiro Queirosiano: nos pacotes oferecidos ou por marcação prévia; através de áudio-guias...; – Visitas guiadas a parques, palácios e outros monumentos; – Outras actividades culturais: debate sobre a obra queirosiana; espectáculos no Centro Cultural Olga Cadaval; – Actividades Recreativas: Voo em ultra-leve ou balão de ar quente; passeio em trens puxados por cavalos; jantares e bailes temáticos; caça ao tesouro.
Eventos especiais relacionados com a temática	<ul style="list-style-type: none"> – Realização de eventos periódicos relacionados com <i>Os Maias</i>, Eça de Queirós, o Romantismo, a Literatura ou o século XIX que permitam uma renovação da oferta (semana da gastronomia queirosiana...); – Realização esporádica de concertos com as músicas referidas em <i>Os Maias</i>; – Convite de companhias teatrais para trazerem a Sintra peças sobre <i>Os Maias</i> (ex. <i>Os Maias no Trindade</i> da Fundação INATEL/Teatro da Trindade), entre outras iniciativas.
Sinalética	<ul style="list-style-type: none"> – Sinalética junto aos principais pontos envolvidos na rota e junto aos principais pontos de chegada a Sintra (estação de comboios...).
Política de Comunicação Meios e Formas da Publicidade	<ul style="list-style-type: none"> – Criação de uma página na Internet: hiperligações para esta página a partir do site da Câmara Municipal de Sintra, das diversas entidades envolvidas no projecto, do site do Turismo de Portugal e do Turismo de Lisboa e das diversas associações queirosianas existentes de Norte a Sul de Portugal; – Distribuição de mapa no Posto de Turismo e nos principais pontos da rota a indicar as atracções envolvidas no percurso e a publicitar os diversos pacotes oferecidos;

³¹ A inexistência de Pousadas da Juventude dificulta que os pacotes para estudantes envolvam pernoita em Sintra.

Nome da rota	<i>Sintreando com Eça</i>
Política de Comunicação Meios e Formas da Publicidade <i>(cont.)</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Envio de brochuras por correio a quem as solicite; – Criação de uma <i>Newsletter</i> que congregue notícias sobre: eventos a realizar em Sintra relacionados com Eça de Queirós ou com o Romantismo e a Literatura; ofertas por parte das entidades envolvidas, nomeadamente o Centro Cultural Olga Cadaval e a Associação Voando em Cynthia; alterações e novidades introduzidas no itinerário; – Edição de um livro/guia ilustrado sobre o itinerário queirosiano publicitado em Português, Inglês e eventualmente Espanhol ou Francês; – Oferecer a editoras estrangeiras marcadores de livros com publicidade ao itinerário para que estas os coloquem nas suas edições traduzidas de obras de Eça de Queirós; – Em troca, vender obras de Eça de Queirós traduzidas para Inglês ou outras línguas em diversos pontos do itinerário, em lojas de <i>souvenirs</i> e principais livrarias; – Implementar um concurso de Escrita Criativa e Crítica Literária.
Política de Distribuição	Distribuição do produto através de: <ul style="list-style-type: none"> – Câmara Municipal de Sintra; – Postos de Turismo; – Qualquer uma das entidades parceiras; – Site na Internet (para adquirir os pacotes pré-definidos ou seleccionar os elementos da oferta (ex. alojamento, entrada em monumentos ou actividades culturais, encomenda de queijadas...)); – Tentativa de distribuição junto dos organizadores de congressos em Lisboa; – Sugerir distribuição a empresas/ operadores estrangeiros (Casterbridge Tours; British Tours...).
Fontes de financiamento	<ul style="list-style-type: none"> – No processo de implementação procurar financiamento por parte do sector público ou no âmbito do QREN; – Posteriormente, o projecto deverá ter potencial para se auto-sustentar, com o contributo das entidades nele envolvidas e que dele tiram partido/ lucro.

Nome da rota	<i>Sintreando com Eça</i>
Avaliação do sucesso do projecto	<ul style="list-style-type: none"> – Contabilizar o número de reservas efectuadas pela Internet; – Contabilizar o número de visitas à página de promoção na Internet; – Recolher os endereços electrónicos do maior número de visitantes possível, de forma a poder enviar um questionário de satisfação; – Preenchimento de questionários a serem entregues num ponto central no itinerário, de modo a avaliar a satisfação do turista; – Verificar o volume de vendas do livro/ guia sobre o itinerário queirosiano; – Avaliar a satisfação dos agentes públicos e privados, atracções e entidades sem fins lucrativos integrados na rede (através de inquérito a aplicar periodicamente); – Calcular a despesa média por visitante por dia, de modo a verificar se a segmentação está a ser feita de modo adequado; – Confirmar o prolongamento efectivo da estadia média dos turistas, sobretudo dos turistas de congressos e convenções, e aumento da despesa média diária; – Verificar o aumento da procura de atracções na época baixa; – Verificar a sustentabilidade do alargamento do horário de funcionamento de museus e património histórico aberto ao público (verificar se esta medida se reflecte numa procura significativa nestes horários); – Elaborar uma agenda anual de actividades e eventos.

4.2.2. Descrição do produto turístico *Sintreando com Eça*

O itinerário oferecido deverá proporcionar ao turista uma vivência em que este participe de forma activa e não como um mero espectador. Através do mundo real e palpável, o visitante deverá ser transportado até ao mundo imaginário da obra *Os Maias*. Neste capítulo procura descrever-se o produto oferecido aos turistas e em anexo são incluídas brochuras para divulgar o itinerário, guiar o turista e fornecer mais informações sobre os diversos locais associados a *Os Maias* e à oferta turística ao longo do percurso.

O itinerário proposto pode ser percorrido de forma independente e de forma organizada. De modo a poder ser percorrido de forma independente, devem disponibilizar-se brochuras no Postos de Turismo e em todas as entidades envolvidas no itinerário de modo a guiar a visita dos turistas.

Estas brochuras devem estar disponíveis em Português e Inglês e, de preferência, também em Espanhol e Francês. Estas são também distribuídas junto dos turistas que viajam em pacotes organizados. O primeiro panfleto contém um texto de incitação à participação no roteiro e uma lista de contactos de todas as entidades envolvidas no mesmo (Anexo Nº 41). O segundo panfleto destina-se a transmitir informações sobre cada um dos pontos do itinerário, de modo a possibilitar percursos individuais. São transmitidas informações relativamente à presença de cada um dos pontos da trajectória em *Os Maias*, bem como informações relativas à história de cada um destes locais. Esta brochura tem duas versões: uma mais simplificada, para turistas com um nível de interesse mais reduzido em relação à obra (Anexo Nº 42), e outra mais complexa, para turistas com um nível de interesse mais elevado em relação à mesma (Anexo Nº 43). Para a redacção destes documentos foi de grande importância o capítulo “Em *Os Maias* – um roteiro queirosiano de Sintra” de Rodil (2000).

Para além das brochuras, as entidades integradas na rede devem disponibilizar audio-guias aos visitantes mediante o pagamento de uma quantia simbólica (€2) e de uma jóia para aluguer do equipamento. Estes audio-guias podem ser devolvidos em qualquer ponto da rede.

Em relação às ofertas para os turistas que viagem de forma organizada, sugere-se a criação de três pacotes turísticos para três públicos-alvo diferentes (cf. Anexo Nº 44). Uma vez que o roteiro queirosiano actual goza de reconhecimento sobretudo entre o público escolar, um destes pacotes é dirigido a este segmento. Este inclui, para além do percurso queirosiano, uma visita guiada ao Palácio da Pena, Palácio da Vila e prova de Queijadas de Sintra. É ainda estabelecido um acordo com um restaurante que pratique preços reduzidos (€5/ pessoa ou menos), de modo a prover almoço aos estudantes. O percurso queirosiano pode ser realizado com um especialista ou com actores³², consoante a preferência das escolas e por marcação. Este percurso é pago, embora tenha um preço muito mais acessível neste pacote do que nos restantes, por ser dirigido a grupos de estudantes.

Na entrevista aos organizadores do roteiro queirosiano actual, estes sugeriram a importância de uma exposição permanente. Mais do que uma exposição permanente, seria importante criar um centro de interpretação queirosiano, de modo a expor fotos de Eça Queirós e de Sintra nas últimas décadas do século XIX, a exhibir adaptações da obra à televisão e ao teatro, a expor roupa e objectos da época e a possibilitar a audição das diversas obras musicais referidas na obra (ex. “Sonata Patética”, “Traviata”...). Este espaço deve permitir uma melhor contextualização e exploração da obra, bem como uma vivência da mesma tendo, deste modo, objectivos simultaneamente lúdicos e pedagógicos.

³² Sugere-se que o roteiro com especialista esteja direccionado aos grupos de alunos que estejam a estudar *Os Maias* na escola e que o roteiro com actores esteja primordialmente vocacionado para os alunos que ainda não tenham estudado a obra (ex. alunos do 3º ciclo). No entanto, a escolha de um ou outro roteiro fica ao critério dos professores responsáveis. A existência de um percurso com actores facilita o seu alargamento a outros anos de escolaridade.

Tabela Nº 6: Tabela descritiva do pacote *No Rasto de Carlos da Maia* (segmento escolar)

Itinerário para escolas	
Designação	– <i>No Rasto de Carlos da Maia</i>
Objectivos	<ul style="list-style-type: none"> – Rentabilizar o percurso queirosiano na época baixa; – Aumentar a divulgação do itinerário queirosiano (pais influenciados pelos filhos podem deslocar-se a Sintra para conhecê-lo); – Contribuir para “solidificar” Eça de Queirós e <i>Os Maias</i> no imaginário dos alunos (apenas um escritor admirado e com seguidores poderá ter um itinerário a ele dedicado que seja economicamente sustentável).
Público-alvo	– Alunos de escolas secundárias de Portugal.
Parceiros	<ul style="list-style-type: none"> – Divisão do Património Histórico-Cultural (Câmara Municipal de Sintra); – Divisão do Turismo (Câmara Municipal de Sintra); – Palácio da Pena; – Palácio da Vila; – Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa; – Associação Cultural Voando em Cynthia.
Número de participantes	– 20-60 (alunos + professores).
Custo de participação	– €17 por participante.
Cálculo das receitas	<ul style="list-style-type: none"> – Receitas relativas à venda do pacote: entre €340 (número mínimo de elementos) e €1020 (número máximo de elementos); – Estimativa de receitas adicionais com a venda de produtos e serviços não incluídos no pacote: €160 (número mínimo de elementos) e €480 (número máximo de elementos); – Estimativa das receitas totais: entre €500 (número mínimo de elementos) e €1500 (número máximo de elementos). (cf. Anexos Nº 45, 46, 47 e 48)
Duração do itinerário	– Dia completo (das 10h às 19h).
Política de Comunicação Publicidade	<ul style="list-style-type: none"> – Enviar folhetos para as escolas; – Contactar escolas por e-mail; – Convidar escolas a divulgar o itinerário no seu site; – Prémios de escrita criativa ou crítica literária a alunos do Ensino Secundário (divulgação dos trabalhos dos alunos na página do itinerário); – Venda de produtos de <i>merchandising</i> subordinados à

Itinerário para escolas	
	<ul style="list-style-type: none"> – temática queirosiana: caneta, portas-chave, cadernos, pastas, marcadores de livros, T-shirts, molduras...
Política do Produto Alojamento	<ul style="list-style-type: none"> – Não aplicável.³³
Alimentação e bebidas	<ul style="list-style-type: none"> – Restaurante com preços reduzidos para estudantes; – Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa.
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> – A viagem de autocarro deverá ser organizada pela escola.
Serviços culturais	<ul style="list-style-type: none"> – Sessão com especialista no Centro de Interpretação queirosiano ; – Passeio queirosiano com especialista (Divisão do Património Histórico-Cultural) ou com actores (Associação Cultural Voando em Cynthia); – Palácio da Pena; – Palácio da Vila.
Línguas em que a interpretação é realizada	<ul style="list-style-type: none"> – Português.
Eventos especiais relacionados com a temática (especiais para este segmento)	<ul style="list-style-type: none"> – Convite de companhias teatrais (Teatro Há-de Ver); – Cerimónia de entrega dos prémios de Escrita Criativa e Crítica Literária.
Política de Distribuição Reserva de visitas	<ul style="list-style-type: none"> – Câmara Municipal de Sintra; – Posto de Turismo; – Site na Internet.
Avaliação do sucesso do projecto	<ul style="list-style-type: none"> – Questionários aos professores e aos alunos; – Verificar se há repetição da visita nos anos seguintes por parte da mesma escola e dos mesmos professores.

O segundo pacote oferecido é direccionado ao segmento de turistas que tem um interesse específico e um nível de conhecimento elevado sobre a obra de Eça de Queirós (ex. professores de Português, alunos e professores de Literatura). Neste pacote há uma grande ênfase no conhecimento da obra, no debate sobre a mesma e são privilegiados os conteúdos sobre a forma. São proporcionadas algumas vivências aos turistas, mas o enfoque na encenação é reduzido, já que nem todos os turistas apreciam este tipo de experiências, privilegiando alguns os métodos tradicionais (Goulding, 1999).

³³ No futuro, se voltarem a existir Pousadas da Juventude em Sintra poder-se-á oferecer às escolas a opção de pernoitar na Vila e criar um itinerário queirosiano alargado ou relacioná-lo com outro roteiro – ex. da área da Biologia ou História.

Tabela Nº 7: Tabela descritiva do pacote *Geração de 70* (segmento de "peregrinos literários")

Itinerário para “peregrinos literários”	
Designação	– Geração de 70
Objectivos	– Itinerário para turistas (sobretudo portugueses e brasileiros) com conhecimentos profundos de literatura e da obra queirosiana, interessados em discutir a obra a um nível mais aprofundado e não tanto em aspectos relacionados com a “experiência” ou “vivência” da mesma.
Público-alvo	<ul style="list-style-type: none"> – Professores, especialmente de Língua e Literatura Portuguesa; – Indivíduos com um nível de conhecimento sólido da temática queirosiana.
Parceiros	<ul style="list-style-type: none"> – Divisão do Património Histórico-Cultural (Câmara Municipal de Sintra); – Palácio de Seteais (Grupo Tivoli); – Lawrence’s Hotel; – Palácio da Vila; – Centro Cultural Olga Cadaval; – Adega de Colares; – Coisas do Vinho; – Quinta da Regaleira; – Palácio e Parque da Pena; Palácio e Parque de Monserrate (Parques Sintra – Monte da Lua); – Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa; – Fuga Perfeita.
Número de participantes	– Mínimo: 10; Máximo: 20.
Custo de participação	<ul style="list-style-type: none"> – Época alta: €414; – Época baixa: €345;
Cálculo das receitas	<ul style="list-style-type: none"> – Receitas relativas à venda do pacote: entre €3450 (número mínimo de elementos na época baixa) e €8280 (número máximo de elementos na época alta); – Estimativa de receitas adicionais com a venda de produtos e serviços não incluídos no pacote: €790 (número mínimo de elementos) e €1580 (número máximo de elementos); – Estimativa das receitas totais: entre €4240 (número mínimo de elementos na época baixa) e €9860 (número máximo de elementos na época alta) (cf. Anexos Nº 45, 46, 47 e 48).
Duração do itinerário	– 2 dias – 1 noite.

Itinerário para “peregrinos literários”	
Política de Comunicação Publicidade	<ul style="list-style-type: none"> – Marcador de livros a publicitar o itinerário em edições de <i>Os Maias</i> nacionais e internacionais (sobretudo brasileiras); – <i>Newsletter</i> em várias línguas (pelo menos em Português, Inglês e Espanhol); – Site na Internet; – Envio de brochuras por correio mediante solicitação; – Contacto directo com entidades organizadoras de Congressos na Região de Lisboa e Associações de Professores propondo o produto.
Política do Produto Alojamento	<ul style="list-style-type: none"> – Lawrence’s Hotel.
Alimentação e bebidas	<ul style="list-style-type: none"> – Lawrence’s Hotel; – Adega de Colares + Coisas do Vinho; – Palácio de Seteais; – Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa (oferta de queijadas + sessão sobre a história e confecção das queijadas).
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> – Transporte até Sintra organizado de forma independente; – Transporte em mini-autocarro e trens puxados por cavalos (Sintratur) em Sintra.
Serviços culturais	<ul style="list-style-type: none"> – Sessão com especialista no Centro de interpretação Queirosiano; – Passeio Queirosiano com especialista; – Palácio da Vila; – Palácio e Parque da Pena; – Centro Cultural Olga Cadaval; – Quinta da Regaleira; – Palácio e Parque de Monserrate.
Política de Distribuição Reserva de visitas	<ul style="list-style-type: none"> – Postos de Turismo; – Site da Internet; – Junto de qualquer uma das entidades parceiras; – Agências de viagens e operadores turísticos nacionais e internacionais (nomeadamente no âmbito de <i>Studienreisen</i>); – Fuga Perfeita; – As reservas só são efectuadas para grupos.
Avaliação do sucesso do projecto	<ul style="list-style-type: none"> – Questionários aos visitantes; – Questionários adaptados aos organizadores/ líderes do grupo/ operadores com quem se lida.

O terceiro pacote oferecido é dirigido a turistas nacionais ou estrangeiros e enfatiza a experiência de vivências em torno da obra *Os Maias* e da época em que esta se insere. Não é exigido um conhecimento profundo da obra. A dramatização em torno da obra permite que mesmo os turistas que não têm conhecimento da obra possam usufruir dela. Este itinerário tem uma duração mais longa que os anteriores, pois inclui uma maior diversidade de actividades. Este pacote procura cativar novos segmentos-alvo, nomeadamente os que queiram conhecer Sintra sob uma nova perspectiva.

Deve procurar-se atrair turistas de negócios, incentivos ou conferências que se desloquem a Sintra ou para a área da Grande Lisboa em trabalho e incentivá-los a prolongar a sua estadia no “glorioso Éden” de Lord Byron e conhecer a Vila por intermédio das personagens de um dos maiores autores portugueses de sempre. É necessária pró-actividade por parte da organização do itinerário, de modo a dá-lo a conhecer junto destas empresas e organismos que realizem conferências e congressos. O objectivo deste *targeting* é aumentar o número de dormidas em Sintra, cativar turistas que, de outro modo, regressariam ao seu local de residência habitual mais cedo ou que optariam por pernoitar noutros locais da Grande Lisboa, de forma a aumentar as receitas provenientes do Turismo através da aposta no Turismo de qualidade.

Tabela Nº 8: Tabela descritiva do pacote *Ninho de Amores* (segmento de lazer, experiencial)

Itinerário com vertente lúdica mais vincada	
Designação	– <i>Ninho de Amores</i>
Objectivos	<ul style="list-style-type: none"> – Itinerário de carácter mais lúdico e baseado na animação, potencialmente atractivo para turistas nacionais e estrangeiros, que se interessem pela obra, pelo autor ou pela literatura portuguesa em geral e que queiram vivenciar Sintra de um modo não convencional; – Vocacionado para a vivência de experiências associadas à obra literária, não exigindo um conhecimento profundo prévio da mesma; – Itinerário sugerido à organização de Congressos nacionais e internacionais (excepto em áreas do saber especificamente relacionadas com Literatura ou História, em que é preferencialmente oferecido o itinerário apresentado anteriormente); – Pacote adaptável em função das preferências do grupo (ao nível da dimensão do grupo e da duração do itinerário).
Público-alvo	<ul style="list-style-type: none"> – Turistas culturais em lazer; – Turistas de negócios, conferências e incentivos (para prolongar a sua estadia); – Proveniência: nacionais e estrangeiros.

Itinerário com vertente lúdica mais vinculada	
Parceiros	<ul style="list-style-type: none"> – Divisão do Património Histórico-Cultural (Câmara Municipal de Sintra); – Palácio de Seteais (Grupo Tivoli); – Associação Voando em Cynthia; – Restaurante do Lawrence's Hotel; – Palácio da Vila; – Centro Cultural Olga Cadaval; – Quinta da Regaleira; – Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa; – Sintratur – Aluguer de trens; – Palácio e Parque da Pena; Palácio e Parque de Monserrate (Parques de Sintra – Monte da Lua); – Adega de Colares; – Coisas do Vinho; – MultiAventura; – A Vida é Bela.
Número de participantes	<ul style="list-style-type: none"> – Mínimo: 10; – Máximo: 15 (flexibilidade no número de participantes).
Custo de participação	<ul style="list-style-type: none"> – €1032 por pessoa (época alta); – €860 por pessoa (época baixa).
Cálculo das receitas	<ul style="list-style-type: none"> – Receitas relativas à venda do pacote: entre €8600 (número mínimo de elementos na época baixa) e €15.480 (número máximo de elementos na época alta); – Estimativa de receitas adicionais com a venda de produtos e serviços não incluídos no pacote: €1540 (número mínimo de elementos) e €2310 (número máximo de elementos); – Estimativa das receitas totais: entre €10.140 (número mínimo de elementos na época baixa) e €17.790 (número máximo de elementos na época alta) (cf. Anexos Nº 45, 46, 47 e 48).
Duração do itinerário	<ul style="list-style-type: none"> – 4 dias, 3 noites (flexibilidade na duração do itinerário).
Política de Comunicação Publicidade	<ul style="list-style-type: none"> – Marcador de livros a publicitar o itinerário em edições de <i>Os Maias</i> nacionais e internacionais; – <i>Newsletter</i> em várias línguas (pelo menos em Português, Inglês e Espanhol); – Site na Internet; – Envio de brochuras por correio mediante solicitação;

Itinerário com vertente lúdica mais vincada	
Publicidade (<i>cont.</i>)	<ul style="list-style-type: none"> – Edição de um livro/ guia ilustrado sobre o itinerário queirosiano publicitado em Português, Inglês e eventualmente Espanhol ou Francês; – Contacto directo com entidades organizadoras de Congressos na Região de Lisboa, de modo a propor-lhes o produto; – Contacto directo com empresas no sentido de procurar que este produto seja adquirido para viagens de incentivos.
Política do Produto Alojamento	– Palácio de Seteais (Grupo Tivoli).
Alimentação e bebidas	<ul style="list-style-type: none"> – Restaurante do Palácio de Seteais (Grupo Tivoli); – Restaurante do Lawrence's Hotel; – Adega de Colares + Coisas do Vinho; – Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa (oferta de queijadas + experiência³⁴); – Outros restaurantes ou bares por escolha individual.
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> – Transporte de qualquer ponto Grande Lisboa para Sintra; – Aluguer de trens (Sintratur); – Miniautocarro (dentro de Sintra e na visita a Colares).
Serviços culturais	<ul style="list-style-type: none"> – Dramatização no Centro de interpretação Queirosiano (com actores da Associação Voando em Cynthia); – Passeio Queirosiano (com actores da Associação Voando em Cynthia); – Palácio da Vila; – Parque e Palácio da Pena; – Parque e Palácio de Monserrate; – Quinta da Regaleira; – Centro Cultural Olga Cadaval.
Serviços Recreativos	<ul style="list-style-type: none"> – Peddy-paper: “Em busca de Maria Eduarda” (organizado pela Associação Voando em Cynthia);³⁵ – Voo em ultra-leve ou balão de ar quente;

³⁴ Dramatização da cena em que Cruges se esquece de comprar as Queijadas seguida de dramatização da origem das Queijadas de Sintra e da história das Queijadas da Sapa. Possibilidade de assistir à confecção e visitar a “fábrica” das queijadas.

³⁵ Esta actividade consiste em levar os turistas a circular entre as diversas atracções para obterem determinadas informações e saberem qual o local seguinte onde devem dirigir-se de modo a encontrarem Maria Eduarda. Pelo caminho deparam-se com outras personagens queirosianas (ex. Palma Cavalo, o Eusebiozinho, as espanholas, Alencar...). Oportunidade para conhecer mais pormenores e curiosidades sobre o Centro da Vila, bem como sobre *Os Maías*, Eça de Queirós e a sua época.

Itinerário com vertente lúdica mais vincada	
Outros	<ul style="list-style-type: none"> – Possibilidade de disponibilizar pastas, canetas e outro material com decoração temática e personalizada a organizadores de conferências.
Línguas em que interpretação é realizada	<ul style="list-style-type: none"> – Português, Inglês e Espanhol³⁶
Política de Distribuição Reserva de visitas	<ul style="list-style-type: none"> – Site da Internet; – Postos de Turismo; – Junto de qualquer uma das entidades parceiras; – A Vida é Bela; – Agências de viagens e operadores turísticos nacionais e internacionais; – Contacto directo com entidades organizadoras de Congressos na Região de Lisboa de modo a propor-lhes o produto; – Contacto directo com empresas no sentido de procurar que este produto seja adquirido para viagens de incentivos; – As reservas só são efectuadas para grupos.
Avaliação do sucesso do projecto	<ul style="list-style-type: none"> – Questionários aos visitantes.

Algumas das actividades incluídas nos pacotes propostos podem estar abertas à participação de turistas que viagem individualmente, tais como o percurso queirosiano guiado. Seis meses após a estadia em Sintra é enviado um embrulho de queijadas de Sintra para a residência de cada participante, bem como uma brochura com informação sobre pacotes turísticos e outras actividades a realizar em Sintra ao longo do ano seguinte.

4.2.3. Estimativa do potencial económico e cultural dos itinerários propostos

O itinerário proposto pode fomentar o interesse pela literatura portuguesa e por parte de diversos públicos, incentivando, por um lado, o conhecimento de Eça de Queirós e sua obra e, por outro lado, divulgando a riqueza patrimonial e natural de Sintra. Deste modo, estima-se que o projecto tenha um impacto positivo ao nível da Cultura e da Literatura, já que deverá fomentar o interesse pela Língua, Literatura e Cultura portuguesas por parte de nacionais e estrangeiros. Para além disso, o itinerário pode consciencializar os participantes, bem como os diversos parceiros

³⁶ Só se justifica oferecer pacotes em línguas estrangeiras a este segmento. Não se justifica um *targeting* de público não falante de língua portuguesa no pacote intelectual. O segmento com interesse específico na cultura portuguesa ou são portugueses e brasileiros ou, sendo de outros países, serão provavelmente professores ou alunos de Língua e Literatura Portuguesa, pelo que terão conhecimentos de Português.

envolvidos na rede, da importância de conservar o património natural e cultural de Sintra, favorecer a aproximação cultural entre visitante e visitado e a sua compreensão mútua. As sinergias criadas com o Centro Cultural Olga Cadaval podem contribuir para a divulgação da sua oferta junto de um público mais lato. O itinerário proposto oferece ainda a uma associação cultural a oportunidade de conceder trabalho remunerado aos seus actores e divulgar o seu trabalho, estimulando a sua interacção com entidades de natureza distinta (empresas, monumentos...), o que fomenta o crescimento deste tipo de associações e o florescimento de formas de cultura alternativas.

Para além disso, este itinerário deverá ser uma mais-valia para Sintra ao nível económico. Em primeiro lugar, estima-se que o itinerário implique gastos médios por turista avultados (nos pacotes *Geração de 70* e *Ninho de Amores*), mais elevados do que noutras tipologias de Turismo, tais como o Turismo de Sol e Praia, já que muitas das actividades realizadas em nada contribuem para o aumento das receitas: nadar, estar deitado ao sol, jogar à bola na areia... No itinerário queirosiano que se propõe as actividades realizadas contribuem para o aumento das receitas turísticas: passear em trens puxados por cavalos, realizar o percurso queirosiano com um guia ou com actores, visitar atracções ou participar em actividades como voo em ultra-leve. Para além disso, este produto proporciona receitas significativas às atracções patrimoniais, o que pode contribuir para a sua conservação e restauro.

Os pacotes *Geração de 70* e *Ninho de Amores* têm duração superior a um dia, o que contribui para prolongar a estadia dos visitantes. Verificou-se anteriormente que o facto de os visitantes não pernhoitarem em Sintra era um dos pontos negativos do Turismo no concelho. O aumento da estadia devido aos pacotes disponibilizados tem um reflexo directo no incremento das receitas do sector do Turismo, nomeadamente pelo facto de as unidades hoteleiras envolvidas serem de charme.

A oferta de alojamento de qualidade é essencial para atrair e satisfazer segmentos de turistas com maior poder de compra e que podem gerar um maior efeito multiplicador no concelho. Para além disso, a qualidade é essencial para que se possa garantir um “passa-palavra” positivo em relação ao destino. Por outro lado, uma oferta pela qualidade e não pela quantidade poderá responder melhor às necessidades de determinados segmentos do mercado doméstico e do mercado emissor europeu, estimando-se ainda que estes segmentos terão impactos negativos mais reduzidos na comunidade local e no meio ambiente.

Uma vez que a restauração é o sector do Turismo onde são efectuadas as maiores despesas, é paga a maior percentagem das remunerações do sector Turismo (Turismo de Portugal, s/d), e dado que Portugal procura posicionar-se com base na gastronomia e nos vinhos, importa apostar numa gastronomia de qualidade, bem como no Enoturismo. Para tal, foram escolhidos locais de charme e valoriza-se a referência ao Vinho de Colares em *Os Maías* através da visita à Adega de Colares e prova de vinhos. Do mesmo modo, procura valorizar-se a referência às Queijadas de Sintra através da visita à primeira fábrica destas queijadas. Os gastos em alimentação e bebidas

constituem a principal fonte de receitas nos itinerários *Geração de 70* e *Ninho de Amores* (cf. Anexos Nº 45, 46, 47 e 48).

O alojamento e a restauração representam uma percentagem muito significativa das receitas nos itinerários *Ninho de Amores* e *Geração de 70* (57% e 68% respectivamente) (cf. Anexos Nº 45, 46, 47 e 48). Sendo o efeito multiplicador do Turismo maior que o do Excursionismo, é necessário garantir que os turistas prolonguem a sua estadia no destino para que sejam efectuados gastos nestes sectores. Para tal, é essencial apostar na “economia da experiência” (Breda, Costa & Costa citados por Costa, 2006a). Importa agrupar várias experiências, contribuindo assim para o aumento da despesa turística, não só devido à aquisição dessas mesmas experiências, mas também devido ao prolongamento da estadia do turista, e consequente aumento das despesas em alojamento e restauração.

Segundo Eusébio et al. (2008), num estudo sobre o valor económico dos diferentes segmentos de turistas na Região Centro de Portugal, os turistas culturais são os que apresentam uma despesa diária mais elevada; no entanto, a sua estadia é curta. Neste artigo, os autores destacam o interesse de uma estratégia que englobe a animação cultural e a delineação de percursos, ou seja, que aposte na “economia da experiência”, de modo a prolongar a estadia deste segmento de turistas. Por outro lado, para gerar um “passa-palavra” positivo, importa “contar uma história e proporcionar uma vivência” ao turista, para que a sua satisfação com a visita seja assegurada e maximizada em cada experiência. O itinerário proposto pode, deste modo, dar um importante contributo para que estes objectivos possam ser atingidos.

Proporcionar experiências e sensações únicas e personalizadas, tais como jantar no Palácio da Pena ou encarnar uma personagem de *Os Maias* num jantar queirosiano, é importante para um posicionamento de referência e de qualidade. Para além disso, a aposta no cruzamento de Turismo Literário com outras tipologias de Turismo (Turismo de Aventura, Enoturismo...) permite aumentar a atractividade do destino e do próprio conceito de Turismo Literário que, no projecto proposto, se apresenta como uma fusão do tradicional e do moderno e como veículo promotor de experiências mais activas de conhecimento da obra e do destino através de vivências reais.

A consolidação de uma rede pode otimizar o desempenho dos diferentes *stakeholders*, permitindo a criação de sinergias, nomeadamente através da promoção conjunta, com o consequente aumento de competitividade face a outros destinos mediante o efeito das “somas não-nulas”. Por exemplo, com o prolongamento da estadia em Sintra através da cooperação dos diversos parceiros, é possível aumentar a competitividade do concelho dentro da Grande Lisboa e face sobretudo a Cascais e ao Estoril. Outras vantagens da rede são a aprendizagem mútua, a cooperação e o fomento do espírito de comunidade. Eusébio et al. (2008), no estudo já referido, destacam precisamente a conveniência da dinamização de redes e da definição de estratégias de promoção integradas para atrair e reter o segmento dos turistas culturais.

O *destination branding* assume um papel cada vez mais importante, já que a associação de uma imagem de marca a um destino é essencial para o seu posicionamento. A criação de uma imagem de marca em torno do itinerário queirosiano contribui para que o destino seja associado a

um produto de qualidade e de confiança na mente do consumidor. A formação de redes tem um contributo relevante para o *destination branding*, pois dá maior visibilidade à marca do produto oferecido e, conseqüentemente, a todo o destino, permitindo a sua diferenciação.

Esta diferenciação é tanto mais eficaz quanto for feita com base em características intrínsecas e não facilmente replicáveis: Sintra é, por si só, um destino com características únicas; Eça de Queirós é um escritor de renome cujo mérito é reconhecido internacionalmente e são poucos os locais em que é possível realizar itinerários queirosianos e nenhum destes tem a aura romântica que envolve Sintra.

O pacote direccionado a estudantes não tem um objectivo económico tão vincado como as outras duas propostas apresentadas, uma vez que preços elevados poderiam levar a desigualdade de oportunidades entre os alunos. Para além disso, como o itinerário actualmente existente é gratuito, passar a cobrar entradas com preço elevado poderia demover os professores e as escolas de trazerem os seus alunos até Sintra para realizarem o percurso queirosiano. A criação de Pousadas da Juventude seria importante para permitir o prolongamento da estadia dos estudantes e assim aumentar as receitas das entidades locais, bem como para fazer perdurar esta visita na mente dos visitantes. Para além disso, os estudantes teriam a oportunidade de assistir a peças de teatro sobre *Os Maias*, entre outras actividades, dinamizadas pelo Centro Cultural Olga Cadaval, pela associação Voando em Cynthia ou outra associação sintrense similar.

Os turistas nos pacotes *Geração de 70* e *Ninho de Amores* dispõem de algum tempo livre entre as diversas actividades propostas. Apesar de Sintra não ser muito atractiva ao nível do comércio, sobretudo se comparada com Lisboa ou Porto, e de não haver lojas de artesanato especializado, o guia deve incentivar os turistas a aproveitar o tempo livre para visitar a zona comercial, de modo a estimular as receitas dos produtos conexos do Turismo ou convidá-los a visitar outras atracções não incluídas no roteiro fixo (ex. Quinta da Regaleira, Parque e Palácio de Monserrate, Museu do Brinquedo).

A organização do itinerário deverá auferir parte das receitas, de modo a ser auto-suficiente para poder continuar o trabalho de divulgação do projecto, bem como de investigação, de modo a poder inovar e renovar a oferta mediante a realização de eventos esporádicos, a adaptação do produto oferecido e a criação de produtos alternativos.

Conclusão

Neste capítulo começou-se por diagnosticar as forças, fraquezas, oportunidades e desafios resultantes da criação de um itinerário turístico-literário em Sintra envolvendo diversas entidades locais. Começou-se por caracterizar Sintra a diversos níveis. O Turismo assume grande importância e da forte concorrência exercida por Lisboa, Sintra e Cascais, o que leva a um reduzido número de dormidas em Sintra.

A riqueza natural, cultural e histórica de Sintra é um ponto forte para a atracção de turistas. A classificação da vila como Património da Humanidade aumenta a sua visibilidade e contribui simultaneamente para a atracção de turistas e para o incremento do esforço no sentido de

conservar a área protegida. Ao nível do planeamento, está reconhecida a importância de apostar em estratégias que incentivem a criação de redes entre os parceiros locais, bem como a aposta no Turismo Cultural e de qualidade.

O Roteiro Queirosiano actualmente existente na vila encontra-se primordialmente vocacionado para o público escolar e tem fins educativos. Este roteiro cumpre o objectivo a que se propõe, mas necessita de adaptações para poder ser um produto turístico. Os dinamizadores do Roteiro não vêem muitas vantagens nesta adaptação do itinerário e apontam alguns inconvenientes e obstáculos, nomeadamente no que concerne o seu ajustamento a turistas estrangeiros e a sua ligação a actividades de teor não estritamente cultural e que incluam actividade económica ou turística. Já as restantes entidades entrevistadas manifestaram interesse pela sua integração nesta rede e mencionaram mais vantagens do que desvantagens daí decorrentes, embora referissem algumas dificuldades.

A partir das informações recolhidas foi elaborada uma análise SWOT, tendo sido possível concluir que, apesar da existência de diversas fraquezas e ameaças, as forças e oportunidades são favoráveis à criação de um itinerário turístico-literário queirosiano em rede em Sintra.

Deste modo, propôs-se de seguida a criação desse itinerário centrado na obra *Os Maias* de Eça de Queirós. Sugeriu-se a criação de pacotes, envolvendo ofertas de diversas entidades sintrenses, para três segmentos com características diferentes, bem como a possibilidade de fazer o itinerário de forma independente através do recurso a audio-guias e a brochuras. Sugeriu-se um *targeting* de diversos públicos, nomeadamente os turistas de negócios, conferências, congressos e incentivos que se desloquem à área da Grande Lisboa, de modo a aumentar o número de dormidas em Sintra.

Conclui-se que o proporcionar de experiências é importante para prolongar a estadia do turista e fundamental para o incremento das receitas. Para além disso, o produto proposto gera receitas significativas na área do património, contribuindo assim para a sua auto-suficiência em termos de financiamento, o que é importante para a sua conservação. O itinerário proposto parece reunir as condições para ter um impacto positivo a nível económico e cultural em Sintra.

5. Conclusões e recomendações

Esta investigação procurou averiguar se a construção de itinerários literários pode contribuir para o desenvolvimento económico a nível local através do fomento de parcerias entre diversos *stakeholders* do destino. As reflexões conceptuais incluídas na primeira parte do trabalho mostram as sinergias entre o Turismo, a Cultura e a Literatura. Reconhece-se a importância de uma definição de Turismo como uma indústria cujo modo de funcionamento deve ser objecto de estudo para que o seu desempenho possa ser optimizado. Por outro lado, a visão de cultura como um sistema semiótico permite compreender o modo como duas culturas se relacionam e chamar a atenção para a necessidade de tradutores bilingues ou *buffers*, por exemplo, os mediadores em Turismo Cultural, que possam semiotizar o estranho, favorecendo a comunicação intercultural.

Advoga-se uma concepção de literatura que valoriza o papel do leitor na transformação do artefacto em objecto estético. Para além disso, o itinerário literário favorece a interpenetração entre a geografia, o leitor e a obra, aumentando a polissemia da obra e do lugar. Apesar da “McDisneyzação” crescente dos destinos, onde o autêntico e o real se diluem na hiperrealidade, o turista cultural detém um nível de formação elevado, que deverá alimentar um interesse genuíno em conhecer a cultura do Outro e contribuir para a procura de um Turismo verdadeiramente “Cultural”, que sirva para estabelecer pontes entre o visitante e o visitado e alargar os horizontes de ambos. Para além disso, sublinhe-se que a Cultura é um elemento diferenciador de cada destino e está incluída no *core business* do Turismo, pelo que deve apostar-se de forma sustentada nesta área, para evitar cair num Turismo indiferenciado e predador, inteiramente replicável e vazio de significado.

Para que sejam estabelecidas pontes entre a cultura do visitante e a do visitado é necessário um mediador cultural com formação cultural sólida em comunicação em línguas estrangeiras, história, arte, etnografia, antropologia, geografia e sociologia. No entanto, segundo a literatura, o turista literário não tem necessariamente um conhecimento profundo da obra ou do escritor em causa; logo, os itinerários e sítios literários não apelam especificamente a “peregrinos literários”. O que se verifica é a tendência dos turistas que visitam estes locais a pertencer a um estrato socioeconómico relativamente elevado e a ter uma apetência cultural que lhes permite usufruir e enriquecerem-se com este tipo de experiência.

Hoje em dia, o Turismo Literário cruza-se com frequência com o Turismo Cinematográfico. Na verdade, ambas as tipologias de Turismo estão fortemente interligadas, havendo em alguns casos particulares uma diluição das fronteiras entre ambas, nomeadamente quando uma obra literária é adaptada à televisão ou ao cinema – os movimentos turísticos originados pelos admiradores são então frequentemente difíceis ou impossíveis de circunscrever ao Turismo Literário ou ao Cinematográfico. Esta criação de sinergias fomenta o desenvolvimento do Turismo numa região.

De seguida analisou-se o potencial das redes de negócios para o desenvolvimento económico e aumento da competitividade de locais e regiões face à globalização. A criação de redes de negócios em torno de itinerários literários pode contribuir para o fortalecimento de uma rede e de um destino turístico: estas podem aumentar o poder no processo de tomada de decisão por parte de associações culturais e sem fins lucrativos; permitir a criação de sinergias entre a economia da “experiência” e a do alojamento e restauração, importante para atrair turistas e prolongar a sua estadia num destino; e favorecer a criação de uma imagem de marca que associe o destino à cultura e literatura.

De modo a ilustrar este potencial do Turismo Literário para o desenvolvimento económico, foram recolhidos e analisados exemplos de boas práticas internacionais bastante heterogéneas entre si. A partir desta análise, concluiu-se que o Turismo Literário não é procurado por um grupo tão restrito de visitantes que não tenha viabilidade económica pois, de outra forma, não haveria tantas empresas privadas a apostar neste segmento; a despesa turística *per capita* tende a ser elevada (€300-€400 diários), devido aos gastos em sítios patrimoniais, restauração e alojamento,

que tendem a ser de categoria elevada. O Turismo Literário oferece produtos que não podem ser reeditados por destinos concorrentes, o que constitui uma possibilidade de diferenciação. Destacam-se os projectos *Rheinischer Sagenweg* e *Deutsche Märchenstraße*, que têm como objectivo a criação de uma rede envolvendo entidades públicas e privadas, patrimoniais, do alojamento, da restauração e ainda editoras, envolvendo uma ou várias regiões da Alemanha. A existência de uma marca e de um sistema de divulgação comum contribui para criar uma imagem de unidade aos olhos do visitante, bem como para aumentar a projecção nacional e internacional das entidades envolvidas, que não teriam competitividade para actuar a nível global se agissem de forma atomizada.

Em Portugal, a aposta nos itinerários literários tende a ser feita sobretudo pelo sector da Cultura e não pelo do Turismo, o que justifica que a vertente turística destes itinerários esteja ainda pouco explorada, o que limita o seu potencial contributo para o desenvolvimento sócio-económico ao nível local e regional. No entanto, há já projectos que privilegiam a cooperação em rede intra-regional, embora não numa perspectiva turística.

A bibliografia recolhida, bem como a pesquisa por casos práticos, apontam para o potencial dos itinerários literários. Deste modo, propõe-se a criação de um itinerário literário em Sintra com base na obra *Os Maias* de Eça de Queirós. Para tal, foi necessário começar por diagnosticar as forças e fraquezas, oportunidades e ameaças que o local apresenta para a implementação do projecto. A integração de Sintra na área Metropolitana de Lisboa leva a que o concelho seja dependente de Lisboa, por exemplo, em termos de emprego, e para que seja pressionado ao nível turístico não só pela concorrência exercida por Lisboa, mas sobretudo pelo Estoril e Cascais. De facto, Sintra apresenta um défice de alojamento de categoria intermédia e de animação nocturna, o que leva a um reduzido número de dormidas em Sintra. Não obstante, o Turismo é uma actividade económica de grande importância para o concelho. Tal atractividade deve-se à sua singular riqueza ao nível paisagístico, cultural, histórico e natural, características mundialmente reconhecidas na sua classificação como Património da Humanidade. A proximidade a Lisboa não acarreta, no entanto, apenas desvantagens; pelo contrário, esta beneficia Sintra em muitos aspectos, nomeadamente no que diz respeito à sua conexão à rede de transportes nacional e internacional e à sua proximidade a um grande centro populacional e de atracção de visitantes, Lisboa.

Sintra dispõe já de um Roteiro Queirosiano, tendo os seus dinamizadores sido entrevistados no âmbito desta tese. Através da entrevista e observação directa do Roteiro, concluiu-se que este é dirigido sobretudo ao público escolar e que tem um intuito educativo e que necessitaria de adaptações para aumentar o seu potencial turístico. Os entrevistados referiram diversos obstáculos à adaptação do itinerário ao Turismo, nomeadamente devido ao afastamento cultural, linguístico e desconhecimento da obra por parte de estrangeiros. Não citaram vantagens deste alargamento do Roteiro, excepto para hotéis referidos ao longo do percurso, mas também não mencionaram desvantagens. Os obstáculos prendem-se com a dificuldade sentida pelos inquiridos

em adaptar o produto para que este possa ser usufruído por turistas estrangeiros e a renitência em assumir objectivos não estritamente culturais, nomeadamente económicos e turísticos.

Foram ainda entrevistados representantes de outras entidades sintrenses que poderiam integrar a rede de negócios em torno do itinerário literário que se propõe na última parte da dissertação. Estes, apesar de mencionarem algumas dificuldades na sua associação ao projecto, perspectivam a sua integração no itinerário como algo que traz sobretudo vantagens.

A análise das características económicas, geográficas, turísticas, históricas e culturais de Sintra, a apreciação do Roteiro Queirosiano actual e das entrevistas a alguns potenciais parceiros a integrar numa rede de negócios sugerem que há condições para a criação de um itinerário turístico-literário em Sintra integrando diversos parceiros locais, que este projecto é favorável para o destino e que concorre para alcançar os objectivos propostos ao nível do planeamento estratégico e da gestão da Paisagem Cultural de Sintra.

Em seguida apresentou-se a proposta de criação deste itinerário queirosiano, que se denomina *Sintreando com Eça*. O itinerário procura cativar três segmentos com características distintas: os estudantes, o “peregrino literário” e aqueles que procuram conhecer Sintra a partir de uma perspectiva diferente, entre os quais, Turistas de Congressos, Convenções, Incentivos e Negócios na área da Grande Lisboa. Aos turistas independentes é possibilitada a realização do percurso com o apoio de audio-guias e brochuras. Conclui-se que o itinerário pode contribuir para a rentabilização de infra-estruturas na época baixa, o prolongamento da estadia dos visitantes, o aumento da competitividade em relação a destinos como Estoril e Cascais, a geração de receitas significativas na área do património e da Cultura e o aumento da participação de associações culturais e sem fins lucrativos em processos de tomada de decisão em relação ao destino. O *networking* criado entre as entidades envolvidas contribui ainda para reafirmar a imagem de marca de Sintra como uma cidade cultural e para a sua afirmação enquanto oferta suplementar ao *honey-pot* que é Lisboa, aumentando assim a sua capacidade para competir globalmente. Para além disso, este itinerário torna possível a fusão de Turismo, Cultura e Literatura sem “plastificação” ou massificação quer da Cultura quer da Literatura.

Ao nível de estudos futuros, considera-se que o Turismo Literário é uma área ainda pouco explorada mas com potencial. Os estudos efectuados nesta área são escassos, nomeadamente ao nível dos impactes económicos desta tipologia de Turismo. Para além disso, muitos dos estudos e obras publicadas na área dos itinerários literários são produto da área da Literatura e da Cultura, não da área do Turismo.

Para além disso, com a implementação do projecto proposto, sugere-se a criação de um centro de interpretação queirosiano em Sintra, para que a experiência dos turistas possa ser enriquecida do ponto de vista lúdico e didáctico e para aumentar a consciência sobre a época queirosiana. Para além disso, o alargamento do itinerário à Lisboa queirosiana permitiria aumentar a visibilidade do itinerário em Sintra através da criação de sinergias com a capital. Deste modo, poder-se-ia captar visitantes da capital para Sintra. Poder-se-ia ainda criar um itinerário literário queirosiano supra-regional, envolvendo Tormes, entre outras localidades queirosianas. Para além

disso, seria importante procurar avaliar os impactos económicos do itinerário após a sua implementação, bem como apostar na investigação e em *benchmarking*, de modo a melhorar o desempenho de forma continuada, a actualizar dados sobre o perfil da procura e a aumentar a competitividade.

Por fim, destaca-se a necessidade de formar os agentes do Turismo e sobretudo os agentes culturais, sensibilizando-os para a especificidade do Turismo Cultural. Aos agentes do Turismo falta frequentemente a sensibilidade para com a natureza da Cultura, já que esta, sendo sempre muito crítica, é difícil de constituir como um produto turístico e não deve ser transformada numa fórmula económica nem num produto industrializado. Por outro lado, é necessário garantir aos agentes culturais que estes poderão reconstituir o seu produto continuamente, que este não será industrializado e que não o estão a “vender” nem a destituí-lo da sua identidade cultural. Importa consciencializar estes agentes do seu papel enquanto *buffers* ou tradutores interculturais, imprescindível para que haja um conhecimento mútuo entre a cultura do visitante e a do visitado, para que uma verdadeira comunicação intercultural possa ocorrer. Para que este processo de mediação e aproximação seja efectivo, é imprescindível destringir o essencial do acessório, de modo a cativar o interesse do turista, adaptando o discurso ao conhecimento prévio que este detém da obra. Segundo Goulding (1999), não há uma única forma de contar o passado, podendo este ser contado de forma mais interactiva e menos expositiva, sem que isso signifique sacrificar a integridade do processo de interpretação.

Anexo Nº 1: Adaptações de Eça de Queirós ao Cinema e à Televisão	97
Anexo Nº 2: Matriz comparativas das características de itinerários literários internacionais I: Itinerários privados	100
Anexo Nº 3: Matriz comparativas das características de itinerários literários internacionais II: Empresas privadas com oferta diversificada de itinerários literários	106
Anexo Nº 4: Matriz comparativas das características de itinerários literários internacionais III: Itinerários Literários resultantes de parcerias público-privadas	110
Anexo Nº 5: Da Vinci Code Tour packages	114
Anexo Nº 6: Novel Explorations: Writers, Myths & Legends A Journey to Northern England and Scotland – Itinerário	116
Anexo Nº 7: Casterbridge Tours – Programas de Itinerários Literários	119
Anexo Nº 8: British Tours – Preçário	122
Anexo Nº 9: 7-day German Fairy-tale Route	125
Anexo Nº 10: <i>Deutsche Märchenstraße</i> e <i>To Europe</i> – folheto	129
Anexo Nº 11: <i>Deutsche Märchenstraße</i> – folheto de divulgação da Rota com mapa incluído	130
Anexo Nº 12: Roteiro Queirosiano em Sintra (Câmara Municipal de Sintra, Divisão do Património Histórico-Cultural)	132
Anexo Nº 13: Comemorações no bicentenário do nascimento de Hans Christian Andersen (Câmara Municipal de Sintra, Divisão do Património Histórico-Cultural)	132
Anexo Nº 14: Percursos literários (Câmara Municipal de Lisboa, Divisão de Programação e Divulgação Cultural)	133
Anexo Nº 15: Rota dos Escritores (Comissão de Coordenação da Região Centro)	134
Anexo Nº 16: Turismo com rotas culturais, Paula Velho	134
Anexo Nº 17: Projecto “Viajar Com...” Os Caminhos da Literatura	135
Anexo Nº 18: Projecto “Viajar Com...” na imprensa regional: “Escritores Nortenhos Vão ser Divulgados”	138
Anexo Nº 19: Itinerário organizado por Mil Andanças no âmbito da Rota dos Escritores (Mil Andanças, Agência de Viagens)	139
Anexo Nº 20: Itinerário organizado por Pinto Lopes Viagens no âmbito da Rota dos Escritores (Pinto Lopes Viagens, Agência de Viagens)	140
Anexo Nº 21: Fundação Eça de Queiroz	141
Anexo Nº 22: Casa Museu de Camilo	144
Anexo Nº 23: Casa museu de José Régio	146
Anexo Nº 24: Fundação Eugénio de Andrade	146
Anexo Nº 25: Casa Fernando Pessoa	147
Anexo Nº 26: Casa-Museu Miguel Torga	147
Anexo Nº 27: Divisão territorial da Região Lisboa (NUT II): NUT III e municípios	149
Anexo Nº 28: Freguesias do Concelho de Sintra	149

Anexo Nº 29: Definições do Património Cultural na Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural	150
Anexo Nº 30: Média do número mensal de turistas nos museus e monumentos de Sintra (2002-2005 e 2007)	151
Anexo Nº 31: Número mensal de turistas nos museus e monumentos de Sintra (2002-2005 e 2007)	151
Anexo Nº 32: Número de visitantes nos postos de turismo (1992-2008)	152
Anexo Nº 33: As “Quatro Sintras”	152
Anexo Nº 34: Vector estratégico Dinamizar a Economia e Criar Emprego	153
Anexo Nº 35: Redefinição das “Quatro Sintras”	154
Anexo Nº 36: Estratégias para optimização de Sintra enquanto produto turístico	154
Anexo Nº 37: Opções Estratégicas do Plano de Gestão da Paisagem Cultural de Sintra.....	155
Anexo Nº 38: Guião da entrevista junto da entidade organizadora do Roteiro Queirosiano em Sintra (Divisão do Património Histórico-Cultural do Departamento de Cultura e Turismo da Câmara Municipal de Sintra).....	156
Anexo Nº 39: Organograma da Câmara Municipal de Sintra	157
Anexo Nº 40: Guião das entrevistas (Grupo Tivoli Hotels & Resorts; Parques de Sintra – Monte da Lua; Associação Cultural Voando em Cynthia; Sintratur; Fábrica das Verdadeiras Queijadas de Sintra; Lawrence’s Hotel, Centro Cultural Olga Cadaval)–	158
Anexo Nº 41: Folheto principal do itinerário <i>Sintreando com Eça</i>	159
Anexo Nº 42: Brochura descritiva do Itinerário Queirosiano (versão encurtada)	162
Anexo Nº 43: Brochura descritiva do Itinerário Queirosiano – (versão extensa).....	168
Anexo Nº 44: <i>Sintreando com Eça</i> (Itinerário Queirosiano) – Pacotes oferecidos.....	179
Anexo Nº 45: Potencial de receitas associado ao Itinerário Literário Queirosiano sobre <i>Os Maias</i> – segundo o tipo de propriedade das entidades	181
Anexo Nº 46: Potencial de receitas associado ao Itinerário Literário Queirosiano sobre <i>Os Maias</i> – segundo a categoria de produtos.....	183
Anexo Nº 47: Potencial de receitas associado ao Itinerário Literário Queirosiano sobre <i>Os Maias</i> – Tabela resumo segundo o tipo de propriedade da entidade	185
Anexo Nº 48: Potencial de receitas associado ao Itinerário Literário Queirosiano sobre <i>Os Maias</i> – Tabela resumo segundo a categoria do produto	186

Anexo Nº 1: Adaptações de Eça de Queirós ao Cinema e à Televisão

-CINEMA-

Singularidades de uma Rapariga Loira – Manoel de Olivera – 2009 – PT

O Primo Basílio – Daniel Filho – 2007 – BR

O Mistério da Estrada de Sintra – 2007 – Co-Produção (predominante PT)

O Crime do Padre Amaro – Carlos Coelho da Silva – 2005 – PT

Amor & Cia – Helvécio Ratton – 1998 – Co-Produção (predominante BR)

O Primo Basílio – António Lopes Ribeiro – 1959 – PT

O Cerco dos Enforcados – Fernando Garcia – 1954 – PT

O Primo Basílio – Georges Pallu – 1923 – PT

-TV-

Lusitana Paixão – 2003 – PT (RTP)

Os Maias – 2001 – Co-Produção (SIC e Globo) – (Predominante BR)

O Conde de Abranhos – 2000 – PT (RTP)

O Mandarim – 1990 – PT (RTP)

O Primo Basílio – 1988 – BR (Globo)

A Relíquia – 1987 – PT (RTP)

O Defunto – 1981 – PT (RTP)

A Tragédia da Rua das Flores – 1981 – PT (RTP)

A Capital – 1971 – PT (RTP)

Anexo Nº 2: Matriz comparativas das características de itinerários literários internacionais
I: Itinerários privados

	Chateau de Villette DaVinci Code Tour Packages	Cracking the DaVinci Code	Minibus DaVinci Tour Code	HP Fan Trips	Dublin Literary Pub Crawl
Website	www.frenchvacation.com	www.parisexpat.com/tours/davincicode.html	paris.conciergerie.com/tour/da_vinci_code.php#DetailedInfo	www.hpfantrips.com	www.dublinpubcrawl.com
Organizaçã o	Olivia Decker	Paris Through Expatriate Eyes	La Conciergerie	Beyond Boundaries Travel	<i>The Dublin Literary Pub Crawl</i>
Descrição da organização	Especialista norte-americana no marketing de imóveis de luxo	Organização de excursões guiadas em Paris, focadas na cultura, literatura e cinema francês. Focada na atração que Paris exerceu desde o início do século XX sobre actores, poetas, músicos, dramaturgos, etc.	Organização de excursões na Europa, reservas para espectáculos, entradas para museus, etc.	Empresa dos Estados Unidos que disponibiliza pacotes turísticos para todo o mundo. Inicialmente, sob o nome “Colorado International Tours”, organizava pacotes turísticos envolvendo a prática de ski. Posteriormente, apostou num tipo de ofertas mais lato, tendo adoptado um novo nome, “Beyond Boundaries Travel”, de forma a reflectir essa mudança	Dublin Literary Pub Crawl é um itinerário por <i>pubs</i> em Dublin com dois actores que apresentam os escritores e representam cenas das suas obras. Os actores realizam ainda outras actividades, tais como caças ao tesouro para grupos, percursos pedestres históricos em Dublin e performances <i>indoor</i> para empresas.
Locais	Alojamento no palácio Chateau de Villette a 56 km de Paris, perto de Versalhes. Excursões a Paris.	Museu do Louvre em Paris	Diversos locais em Paris	–Londres (Pacote <i>London Movie</i>) –Londres, Gloucester e Edimburgo (<i>Edinburgh - London Experience</i>)	Itinerário por <i>pubs</i> em Dublin

	Chateau de Villette DaVinci Code Tour Packages	Cracking the DaVinci Code	Minibus DaVinci Tour Code	HP Fan Trips	Dublin Literary Pub Crawl
Público- alvo	Turista de lazer, segmento de luxo, com interesse pela obra <i>O Código DaVinci</i>	Turista intelectual, com interesse pela obra <i>O Código DaVinci</i> e História de Arte	Turista de lazer, com interesse específico pela obra <i>O Código DaVinci</i> .	Adultos e famílias fãs de Harry Potter oriundos dos Estados Unidos (também são aceites turistas de outros países)	Turista cultural em lazer Possibilidade de adaptar a oferta a grupos que estejam interessados na performance (ex. numa festa privada), mas não no itinerário pelos <i>pubs</i> . Beneficia do Turismo de Negócios, que contribui para a rentabilização do itinerário na época baixa. Estão junto a um grande mercado emissor de turistas falantes de Inglês (o Reino Unido), o que lhes é favorável.
Pacotes oferecidos	- Pacote turístico 4 dias e 3 noites - Pacote turístico 5 dias e 4 noites - Pacote turístico Deluxe DaVinci Code 6 dias e 5 noites (excursões opcionais com custo extra)	Explorar obras expostas no Museu do Louvre a partir de <i>O Código DaVinci</i> e das questões que Dan Brown levanta relativamente ao simbolismo “escondido” em algumas pinturas de Leonardo DaVinci.	Visita guiada em Paris tendo como base <i>O Código DaVinci</i>	Quatro pacotes disponíveis: - London Movie (um pacote para famílias, outro para adultos) - Edinburgh – London Experience (um pacote para famílias, outro para adultos)	- <i>Dublin Literary Pub Crawl</i> ; durante o itinerário um actor fala sobre a vida e obra dos escritores mais célebres da cidade, citando excertos da mesma. Outros produtos oferecidos: - <i>Literary Treasure Hunt</i> : “caça ao Tesouro” adaptada às necessidades de cada grupo, sendo atribuídos prémios aos melhores e piores desempenhos da noite. Salientado o facto de esta actividade estimular o instinto de competitividade, tornando-a indicada para empresas. - <i>Literary Walk in Paris</i> : passeio literário em Paris (apenas por marcação com antecedência).

	Chateau de Villette DaVinci Code Tour Packages	Cracking the DaVinci Code	Minibus DaVinci Tour Code	HP Fan Trips	Dublin Literary Pub Crawl
Preços	€4,900 por pessoa para o programa mais longo (inclui alojamento, refeições, excepto durante o dia livre) 10% de desconto durante a época baixa (de Outubro a Abril)	€110 para visitas individuais €95 por pessoa para grupos de dois ou mais elementos. + €20 para ter um roteiro privado O preço de entrada no Museu está incluído no preço.	€85 (inclui transporte, entrada no Museu do Louvre e visita guiada)	Entre \$1949 e \$3199 por pessoa	€12 para adultos €10 para crianças (para percursos privados preço negociável)
Nº de Pessoas	Grupos de 15 pessoas no mínimo (grupos diferentes não são misturados)	Quatro pessoas no máximo	Dez pessoas no máximo	De 30 a 42 pessoas	Quarenta pessoas em média
Duração do itinerário	De três a cinco noites	Duas horas e meia	Três horas e meia	- <i>London Movie</i> (adultos ou famílias; 5 dias, 4 noites) - <i>Edinburgh-London Experience</i> (adultos ou famílias; 10 dias, 9 noites ou 9 dias, 10 noites, respectivamente)	Duração: Aproximadamente duas horas e 15 minutos (das 19h30 às 21h50). Os itinerários privados podem ter uma duração menor e começar a uma hora conveniente para o grupo. Demora-se cerca de 20 minutos em cada <i>pub</i> . Distância percorrida: meia milha (cerca de 800 metros).
Sazonalidade	Época baixa: de Outubro a Abril	Informação não disponibilizada	Disponível à sexta-feira durante todo o ano (mas turistas concentrados no Verão)	Pacotes disponíveis apenas uma vez por ano, em Julho	Época de Verão: Abril a Outubro, todas as noites Época de Inverno: Novembro a Março, aos fins-de-semana
Nº de turistas (anualmente)	Informação não disponibilizada	Informação não disponibilizada	100	100-200	17 000-20 000 visitantes (O 11 de Setembro e a queda do dólar face ao euro influenciou negativamente o número de turistas a percorrer este itinerário)

	Chateau de Villette DaVinci Code Tour Packages	Cracking the DaVinci Code	Minibus DaVinci Tour Code	HP Fan Trips	Dublin Literary Pub Crawl
Alojamento	Château Villette (a 56 km de Paris): palácio utilizado para as gravações do filme <i>O Código Da Vinci</i> e onde uma das personagens residia.	Não aplicável	Não aplicável	Hotéis de 3 e 4 estrelas durante 4 noites ou 8/9 noites.	Não aplicável (<i>Elevada probabilidade de os turistas pernhoitarem em Dublin pelo facto de o itinerário ser percorrido de noite</i>)
Alimentação e Bebidas	Château Villette: pequenos-almoços, jantar de boas-vindas (e também de despedida, num dos 3 pacotes oferecidos) Hotel Ritz Café Marly (Louvre) Restaurante 1728 ou Hotel George V Jantar noutra restaurante em Paris não mencionado	Não aplicável	Não aplicável	Algumas refeições incluídas: todos os pequenos-almoços e alguns almoços e jantares Banquete de Gala no Palácio de Hampton Court	No segundo <i>pub</i> há comida à disposição dos turistas, mas não há tempo para que estes tomem uma refeição completa. O itinerário engloba oito <i>pubs</i> , mas apenas quatro são visitados em cada noite. (<i>Possível aumento significativo das vendas dos pubs envolvidos devido ao itinerário</i>)
Transporte e Rent-a-car	Transporte do Château Villette para Paris (não mencionado, mas supõe-se que seja mini-autocarro, de modo a transportar 15 pessoas no mínimo) Opcional: Transporte público em Paris no dia livre.	Não incluído no itinerário (<i>mas os turistas terão de se deslocar de alguma forma para chegar ao Museu do Louvre</i>)	Transporte em mini-autocarro (recolha dos turistas em hotéis de Paris, mas não inclui transporte de regresso para o hotel).	- Viagem aérea de Edimburgo para Birmingham - Viagem no comboio usado nos filmes da saga Harry Potter como <i>Hogwarts Express</i> - Viagem panorâmica em Edimburgo e em Londres - Cruzeiro no rio Tamisa Passeio de autocarro pelas montanhas da Escócia - Transporte de Londres até ao aeroporto de comboio (Heathrow ou Gatwick Express)	Transporte não incluído. Itinerário termina junto a paragem de autocarro, estação de comboios e paragem de táxis.

	Chateau de Villette DaVinci Code Tour Packages	Cracking the DaVinci Code	Minibus DaVinci Tour Code	HP Fan Trips	Dublin Literary Pub Crawl
Agências de Viagens, Operadores Turísticos e Guias Interpretes	Visita guiada (<i>Da Vinci Code Walk</i>) Apresentação de vídeo e discussão em grupo sobre <i>O Código Da Vinci</i>	Visita guiada ao Museu do Louvre com <i>Cultural broker</i> doutorado em História de Arte	Visitas guiadas em Inglês, Espanhol e Francês	Acompanhamento diário por um guia turístico. Visita guiada a pé em Oxford e por locais incluídos no filme (no site aconselham a dar uma gratificação aos guias)	Dois actores fazem o itinerário por vários <i>pubs</i> de Dublin
Serviços Culturais, recreativos e outros de Lazer (pagos)	Visita a: –Museu do Louvre –Palácio de Versalhes Possibilidade de visitar outras atracções (entradas não incluídas no preço): –Jardins de Monet em Giverny –Castelo do Vale do Loire –Catedral de Chartres –Palácio de Vaux-le-Vicomte	Museu do Louvre	Museu do Louvre	–Entradas no cinema para ver um filme de Harry Potter (<i>Harry Potter and the Half Blood Prince</i>) em lugares VIP –Sessão com um contador de histórias profissional –Castelo de Alnwick –Castelo de Edimburgo –Catedral de Gloucester –Museu de Cera Madame Tussauds	Não são visitadas atracções turísticas
Actividades Conexas	Compras na Rue Fouborg Saint Honore Passeio pelos Champs Élysées (oportunidades de compras associadas) Possibilidade de incluir visitas a grandes lojas no <i>tour package</i> oferecido. (Eventualmente compra de souvenirs nas atracções visitadas)	(Eventualmente compra de souvenirs no Museu do Louvre)	(Eventualmente compra de souvenirs no Museu do Louvre)	Vestuário de feiticeiro para os participantes incluído no pacote adquirido Oportunidades para fazer compras (Eventualmente compra de souvenirs nos lugares visitados)	<i>Merchandising Dublin Literary Pub Crawl</i> disponibilizado: t-shirts e um livro, à venda online e num dos <i>pubs</i> .

	Chateau de Villette DaVinci Code Tour Packages	Cracking the DaVinci Code	Minibus DaVinci Tour Code	HP Fan Trips	Dublin Literary Pub Crawl
Visitas a atrakções de entrada gratuita	<ul style="list-style-type: none"> - Bois de Boulogne - Igreja de Saint Sulpice 	Não aplicável	Igreja de Saint Sulpice Place Vendôme	Parque (para jogar <i>quidditch</i> , desporto favorito de Harry Potter)	Paragem em frente ao Trinity College para recitar poemas
Outras particularidades	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Da Vinci Code Companion Trip</i> no Chateau Grimaldi em Aix-en-Provence oferece um circuito dedicado a Maria Madalena e à sua presumível estadia de 30 anos na Provença - <i>Da Vinci Code Tour with Cooking Class</i> (cf. Anexo N.º 5) 			<ul style="list-style-type: none"> - Possibilidade de acompanhar para os adolescentes entre os 15 e os 17 anos que viajem sozinhos; - Não há "flexibilidades"; - Vantagem competitiva: oportunidade única de viajar no comboio que apareceu no filme da obra como <i>Hogwarts Express</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Visita apenas em Inglês - No website, o itinerário é descrito como estando recheado de humor e informação, quer sobre escritores mais clássicos quer sobre escritores mais recentes.

Anexo Nº 3: Matriz comparativas das características de itinerários literários internacionais
II: Empresas privadas com oferta diversificada de itinerários literários

	Novel Explorations	Casterbridge Tours	British Tours Ltd
Website	www.novelexplorations.com	www.casterbridgetours.com	www.britishtours.com
Organização	Novel Explorations	Casterbridge Tours	British Tours Ltd
Descrição da organização	Empresa norte-americana especializada na Grã-Bretanha e Irlanda e em viagens de Turismo Cultural, sobretudo de Turismo Literário.	Empresa britânica especializada em viagens educativas. Tem um escritório de vendas na Virgínia, Estados Unidos. Iniciou actividade em 1979 com itinerários literários.	Empresa britânica existente desde 1958 que realiza pacotes turísticos caracterizados pela sua flexibilidade. Realizam viagens em automóvel ou autocarro com guia especializado.
Locais	Inglaterra (Londres, Stonehenge, Bath, Worcester, Lake District...) Escócia (Glasgow, Edimburgo...) França (Paris) (cf. Anexo Nº 6).	Reino Unido, Espanha, Irlanda, França, Itália e Alemanha (cf. Anexo nº 7).	Diversas localidades na Grã-Bretanha e também Paris, Roma e outras localidades italianas.
Público-alvo	Turistas culturais dos Estados Unidos com interesse pela Grã-Bretanha e Europa.	80% dos clientes viaja dos Estados Unidos para a Europa e 20% dos clientes do Reino Unido para o resto do mundo. Muitos grupos de americanos (tanto de adultos como de estudantes) viajam para Inglaterra em busca de Turismo Literário (Shakespeare, Dickens, Hardy, Austen, etc). A partir do Reino Unido não há itinerários literários. Os programas existentes estão associados sobretudo à Geografia, à Biologia e à História. Forte ênfase na vertente educacional, oferta dirigida sobretudo a grupos de alunos do ensino secundário e universitário: embora também a grupos de adultos.	Turista de lazer/ cultural, classe média alta/alta.

	Novel Explorations	Casterbridge Tours	British Tours Ltd
Preços	Informação não disponibilizada.	Preço médio: US\$2,500 por pessoa.	<p><u>Rotas pré-estabelecidas:</u> O preço varia £195 (3 horas em Londres, até 2 pessoas) e £985 (6 horas em Stonhenge, até 12 pessoas) em autocarro ou mini-autocarro. Para roteiros em autocarros maiores o preço é combinado. Para viagens em avião privado o preço máximo é de £4,250 (12 horas de itinerário). <u>Rotas flexíveis com dormida:</u> Entre £395 e £825 por dia para percorrer no máximo 280 km e com guia incluído até 9 horas por dia (refeições e alojamento não incluídos). Acresce o pagamento de £70 para alojamento do guia ou £165 para alojamento do guia e condutor (no caso de o grupo ter mais de 6 elementos) (cf. Anexo Nº 8).</p>
Nº de Pessoas	Até 20 pessoas.	<p>Grupo de estudantes com professores e guias Também para grupos de adultos O número de elementos dos grupos não está pré-determinado.</p>	De 1 a 52 pessoas.
Duração do itinerário	Duração aproximada das viagens: entre 7 e 13 dias.	Entre 8 e 13 dias.	<p>Excursões ou itinerários com duração de 2 a 6 dias. Há flexibilidade na gestão do tempo, de tal forma que os visitantes têm a liberdade de decidir se preferem fazer o percurso de modo mais acelerado em, por exemplo, 2 dias ou, pelo contrário, mais pausadamente, em 3 dias.</p>
Sazonalidade	Informação não disponibilizada.	<p>Época alta coincide com as férias escolares nos Estados Unidos: Março, Abril, Junho e Julho Época com procura intermédia: Maio Época baixa: de Outubro a Fevereiro e Agosto</p>	Informação não disponibilizada.
Nº de turistas (anualmente)	Informação não disponibilizada.	Cerca de 300-600 (variando consoante a taxa de câmbio, as tarifas dos voos, o nível de preços...).	Informação não disponibilizada.

	Novel Explorations	Casterbridge Tours	British Tours Ltd
Alojamento	Hotéis de categoria elevada (4 estrelas ou superior); pode incluir passagem por diversos hotéis no mesmo itinerário. (Ex. Hotel Thistle Glasgow: custo de um quarto duplo cerca de £190).	Hotéis turísticos de duas e três estrelas.	Não incluído no preço do pacote, mas reservado pela organização segundo a preferência do cliente. Como vários itinerários têm duração superior a um dia, implicam a reserva de alojamento. Alojamento recomendado e reservado pela British Tours: - Hotéis rurais de luxo (a partir de £180 por um quarto duplo); - Pousadas históricas (a partir de £100 por um quarto duplo).
Alimentação e Bebidas	Ex. Beehive Inn (pub histórico); Queens Hotel. Alguns jantares e almoços não incluídos.	Restaurantes tradicionais de cada região: Oferta de um menu fixo ou escolha possível dentro de um determinado conjunto de pratos. Almoços e bebidas ao jantar não incluídos. (Almoços poderão ser incluídos no custo da viagem a pedido). Sugestão de um orçamento de \$15 – \$20 por dia para almoços, snacks e bebidas.	Não incluído no preço do pacote. (No entanto, receitas entram necessariamente para o sector da restauração, já que os pacotes turísticos envolvem estadias de vários dias).
Transporte e Rent-a-car	-Voo dos Estados Unidos para Glasgow (Escócia); -Cruzeiro no lago Lomond (com leitura de versos de Andrew Lang); -Passagem de ferry para a ilha de Mull; -Passeio no comboio antigo/típico da ilha de Mull; -Viagens de autocarro entre as diversas atracções e as diversas localidades; -Passeio no barco a vapor Sir Walter Scott no lago Katrine. ...	-Viagens de avião entre os diversos locais incluídos no itinerário (mas não a viagem dos Estados Unidos até à Europa); -Transporte em autocarro do aeroporto até ao hotel; -Títulos de transporte para viajar dentro das capitais.	-Transporte em automóvel, mini-autocarro, autocarro, avião privado e comboio rápido (nas ligações Londres-Paris); -Transfer do aeroporto para Londres: entre £95 e £240.
Agências de Viagens, Operadores Turísticos e Guias Intérpretes	-Guia Turístico para passeio matinal em Glasgow; -Visitas organizadas em atracções turísticas (ex. Museu dos Escritores, <i>Royal Yacht Britannia</i> ...); -Guia escocês que conta histórias e lendas.	-Guia da Casterbridge Tours presente 24 horas por dia (pernoita no mesmo hotel que o grupo); -Circuitos pedonais guiados.	Guias Turísticos (ênfase na sua qualidade, nos seus conhecimentos e na sua formação).

	Novel Explorations	Casterbridge Tours	British Tours Ltd
Serviços Culturais, recreativos e outros de Lazer	<ul style="list-style-type: none"> -Castelo de Torosay (£4.50 adulto, £3.50 criança); -Duart Castle (£5.30 adulto, £2.65 criança); -Palácio de Scone (£28 adulto, £18 crianças); -Castelo de Stirling; -Palácio de Holyroodhouse; -Castelo de Edimburgo; -Museus: -Museu dos Escritores; -Royal Yacht Britannia; -Capelas Rosslyn (referida no <i>Código DaVinci</i>) (£7.50 adulto, £4.00 criança). 	<p>Inclui custos de entrada nas atrações (visita a cerca de duas a três atrações pagas por dia):</p> <ul style="list-style-type: none"> -Castelos; -Museus; -Casas de escritores transformadas em museus; -Espectáculos (ex. de flamenco); -Teatros (ex. para assistir a espectáculos da Companhia Real de Shakespeare); -Workshop de Teatro com actor ou director de renome; -Visitas aos bastidores; -Possibilidade de o grupo representar uma peça numa escola inglesa. 	<p>Entrada nas atrações não incluída no preço do pacote. Sugerem entrada em diversos museus, galerias, castelos, entre outras atrações.</p>
Actividades Conexas	Ex. O Hotel Thistle Glasgow situa-se numa zona de grande oferta ao nível do entretenimento e compras.	Ex. Passeios em Piccadilly Circus e Leicester Square, que são um convite a fazer compras.	Uma vez que há maior flexibilidade, poderá haver mais oportunidades para a realização de compras.
Visitas a atrações de entrada gratuita	Catedral de Glasgow.	Universidades; Parques, Praças...	Poderão ocorrer, em função do itinerário escolhido.
Outras Particularidades	<p>Membros de: Society of Travel Agents (ASTA); British Resources for Independent Travel (BRIT) – associação e agências de viagens norte-americanas.</p> <p>Associados também a Maryland Library Association e ao Royal-tea Club.</p> <p>Oportunidades de visitar vários locais associados com vários escritores em cada um destes pacotes turísticos</p> <p>Expansão da empresa para a área dos itinerários em torno do chá, em pareceria com o <i>Royal-tea club</i>.</p> <p>Criam também itinerários para grupos em função das suas necessidades e desejos específicos. Assim, um grupo pode propor um roteiro sobre um determinado autor ou obra.</p>	<p>Membros de: ETOA; IATA; ASTA</p> <p>Não juntam grupos diferentes no mesmo itinerário.</p> <p>Organizam ainda itinerários de História, História de Arte, de aprendizagem de línguas estrangeiras na Grã-Bretanha, Europa e por todo o mundo (incluindo em Portugal: rota <i>Roman Portugal & Spain</i>).</p>	

Anexo Nº 4: Matriz comparativas das características de itinerários literários internacionais

III: Itinerários Literários resultantes de parcerias público-privadas

	Projecto “Rheinsicher Sagenweg”	Projecto “Deutsche Märchenstraße”
Website	www.rheinsichersagenweg.de	www.deutsche-maerchenstrasse.de
Organização	O „Rheinische Sagenweg” é um projecto sobre contos, lendas e mitos da Editora J. P. Bachem em cooperação com a Central Alemã para o Turismo (<i>Deutsche Zentrale für Tourismus</i>), as regiões de Turismo da Renânia do Norte-Vestfália e Renânia-Palatinado, o Rheinsteig (que promove circuitos de <i>hiking</i>) e o Secretariado para o Património da Humanidade em Rheinland-Pfalz, entre outras associações.	A Rota dos Contos de Fada da Alemanha (<i>Deutsche Märchenstraße</i>) foi criada em 1975 pelo então administrador do concelho, Herbert Günther. Após dois anos de planeamento, associaram-se quarenta localidades, que deram origem à <i>Arbeitsgemeinschaft Deutsche Märchenstraße</i> . Objectivos: estimular o turismo em regiões turisticamente subaproveitadas, tais como Hessen, Niedersachsen e Ostwestfalen, onde os irmãos Grimm e os difusores dos seus contos viveram. A Rota foi fortemente apoiada pela Central Alemã para o Turismo em Frankfurt. Trabalho em conjunto com associações e postos de turismo das localidades-membro.
Locais	48 localidades dos estados Renânia do Norte Vestfália e da Renânia-Palatinado na Alemanha. Para cada localidade é publicado um conto na íntegra no site do projecto, bem como a história da localidade, sendo ainda disponibilizadas informações sobre a oferta turística local.	Mais de 60 localidades de vários estados ao longo de 600 km com ligações aos contos dos irmãos Grimm, de Hanau a Bremen .
Público-alvo	Turista com interesse por cultura, literatura, natureza.	Crianças e famílias; Turistas de qualquer idade, nacionais ou estrangeiros com interesse pela cultura e por experiências alternativas.
Pacotes oferecidos	Roteiros sugeridos: –Junto ao Reno Romântico (<i>Am „Romanischen Rhein”</i>); –Do Reno ao Mosel (<i>Vom Rhein an die Mosel</i>); –Do Reno ao Lahn (<i>Vom Rhein an die Lahn</i>); –No Vale da Loreley (<i>Im „Tal der Loreley”</i>); –Do Reno ao Nahe (<i>Vom Rhein an die Nahe</i>); –(sempre ao longo do vale do médio alto Reno – classificado como Património da Humanidade pela UNESCO).	Itinerários oferecidos por parceiros privados ao longo da Rota.

	Projecto “Rheinsicher Sagenweg”	Projecto “Deutsche Märchenstraße”
Preços	Não aplicável.	Não aplicável.
Nº de Pessoas	Desconhecido.	Desconhecido.
Extensão do itinerário	O conjunto dos roteiros engloba 586 km. Liga 48 locais e mais de 100 atracções.	Mais de 600 km; Em bicicleta 632 km.
Sazonalidade	Época alta: da Páscoa até à época das vindimas Época baixa: Inverno	A entidade organizadora não dispõe de dados a este respeito.
Nº de turistas (anualmente)	A entidade organizadora não dispõe de dados a este respeito.	A entidade organizadora não dispõe de dados a este respeito.
Alojamento	Indicação de hotéis e outros meios de alojamento em cada uma das 48 localidades associadas ao roteiro no <i>site</i> da Internet. Indicação de outros meios de alojamento através de hiperligação para os sites das entidades gestoras do Turismo de cada local.	No <i>site</i> há listas do alojamento disponível em cada região com informação detalhada sobre cada um dos estabelecimentos e links para as suas páginas na Internet.
Alimentação e Bebidas	Referência a particularidades gastronómicas e a restaurantes típicos de algumas localidades. Indicação de bares e restaurantes para as localidades associadas ao roteiro através de hiperligação para os sites das entidades gestoras do Turismo de cada local.	Indicação de alguns bares e restaurantes para as localidades associadas ao roteiro através de hiperligação para os sites das entidades gestoras do Turismo de cada local.
Transporte e Rent-a-car	O site não dá quaisquer indicações a este nível. <i>Para cada localidade há um link para o site da entidade responsável pela gestão do destino ao nível turístico, onde é possível obter mais informações a este nível.</i>	Indicações para chegar à <i>Deutsche Märchenstraße</i> de autocarro, avião ou comboio. Indicações para fazer o roteiro em bicicleta (existência de ciclovias), a pé (existência de trilhos) ou de automóvel. <i>Para cada localidade há um link para o site da entidade responsável pela gestão do destino ao nível turístico, onde é possível obter mais informações a este nível.</i>

	Projecto “Rheinsicher Sagenweg”	Projecto “Deutsche Märchenstraße”
Agências de Viagens, Operadores Turísticos e Guias Intérpretes	Em breve disponibilizados no site pacotes de viagens. <i>Para cada localidade há um link para o site da entidade responsável pela gestão do destino ao nível turístico, onde é possível obter mais informações a este nível.</i>	Visitas guiadas temáticas em várias localidades. A <i>Deutsche Märchenstraße</i> é uma das entidades parceiras da TOEUROPE, agência de viagens que promove pacotes de viagens para a Europa a partir de qualquer parte do mundo. A TOEUROPE oferece itinerários literários ao longo desta rota: - Com a duração de 7 dias e com o custo de €479 (inclui todo o transporte em comboio e alojamento) – <i>7 Day German Fairy-Tale Route</i> (cf. Anexo Nº 9 e 10); - Com a duração de 5 dias, no Norte da Alemanha, com o custo de €379 – <i>5-day German Fairy-tale Route North</i> - Oferta de pacotes turísticos pelas entidades gestoras do Turismo em cada localidade (podendo incluir dormida, vista a algumas atracções, visitas guiadas temáticas...)
Serviços Culturais, recreativos e outros de Lazer (pagos)	Divulgação das principais atracções turísticas para cada localidade associada ao roteiro no site: - Centro de visitantes do mito da Loreley - Museus - Caminhos arqueológicos - Enoturismo Brevemente será disponibilizada uma lista com os eventos a realizar em cada região, bem como uma <i>Newsletter</i> .	Evento de celebração dos 725 anos do conto <i>O Flautista de Hamelin</i> a autoria dos irmãos Grimm. Recursos do site: - Lista de atracções e eventos para crianças; - Lista de Palácios e Castelos; - Motor de busca de eventos e atracções (opções de pesquisa: local, eventos num determinado raio de distância a um local, datas, tipo de evento ou atracção: exposições, festas, eventos para crianças, desportivos, musicais, de enoturismo, gastronómicos, culturais, mercados de Natal, entre outros); - Para cada uma das localidades incluídas na rota são indicadas as atracções que estão ligadas a contos: museus de contos, fontes, hospedarias, cervejarias tradicionais (onde são contadas histórias uma vez por semana), indicação de eventos a realizar em cada local ao longo de todo o ano (jogos de crianças, teatros de rua, feiras de Carnaval...), locais classificados como Património da Humanidade...
Eventos	No site não há registo de eventos realizados no âmbito deste projecto, mas prevê-se que no futuro sejam realizados eventos.	Eventos (exemplos): - <i>31 dias – 31 lugares</i> : literatura em locais invulgaes da cidade; - Festival de policiais; - Concurso de poemas por SMS. Representação de romances históricos no centro da cidade
Actividades Conexas	Consumo de livros de lendas e mitos da editora envolvida neste projecto, bem como outras publicações da mesma, tais como livros de contos infantis e de fotografia, guias para adultos, para crianças, para cicloturistas nas localidades (produtos promovidos no site deste projecto)	Compras, <i>souvenirs</i> ...

	Projecto “Rheinsicher Sagenweg”	Projecto “Deutsche Märchenstraße”
Visitas a atracções de entrada gratuita	<i>Para cada localidade há um link para o site da entidade responsável pela gestão do destino ao nível turístico, onde é possível obter mais informações a este nível.</i>	<i>Para cada localidade há um link para o site da entidade responsável pela gestão do destino ao nível turístico, onde é possível obter mais informações a este nível.</i>
Perspectivas futuras	A adesão sem qualquer custo a um clube de amigos do “Rheinische Sagenweg” será possível em breve. Esta adesão permitirá descontos em restaurantes, lojas, visitas guiadas especiais, viagens e a participação num jantar temático sobre as lendas do Reno.	<ul style="list-style-type: none"> - Criação de um sistema de ofertas reserváveis através do site da Internet mediante o uso de Content Management Systems (CMS) entre os diversos parceiros; - Melhorar os meios e procedimentos para troca de informação entre os membros – também para permitir um melhor aconselhamento ao cliente; - Implementação do envio de <i>Newsletters</i> por e-mail (conceito já desenvolvido mas ainda por testar); - Continuação da pesquisa de temas e mercados específicos por parte dos grupos de trabalho que integram o projecto; - Organização de viagens de jornalistas até à rota; - Participação em feiras e workshops nacionais e internacionais; - Exemplos de novas ideias para projectos: Exposição itinerante em cooperação com o Museu dos Irmãos Grimm; “Casar na Rota dos Contos de Fadas”; Fadas de contos animadas.
Particularidades	<p>Página da Internet organizada da seguinte forma: É apresentado um mapa que mostra os diversos roteiros. Para cada um destes é apresentada uma lista dos diversos locais nele envolvidos.</p> <p>Para cada um destes locais é indicado um conto que é publicado na íntegra no site, bem como a história da localidade, indicação das principais atracções turísticas, de alguns hotéis, restaurantes, bares e há um <i>link</i> para o site da entidade responsável pela gestão do destino ao nível turístico. Brevemente será disponibilizada uma lista com os eventos a realizar em cada região, bem como uma <i>Newsletter</i>.</p> <p>A página não está traduzida em mais nenhuma língua, embora haja uma breve descrição da rota em onze línguas no site da Central Alemã para o Turismo. Este projecto é um exemplo de associação em rede de uma região ao nível turístico.</p>	<p>Site em inglês e alemão (mas em Alemão a página é mais atractiva e disponibiliza mais informações). (cf. Folheto e mapa de divulgação da rota: Anexo Nº 11)</p>

Anexo Nº 5: Da Vinci Code Tour packages

(Fonte: <http://www.frenchvacation.com/images/pdf/tours/DVCtours.pdf>)

Da Vinci Code Tour Package: 4 Days and 3 Nights

Day One

Arriving and relaxing at the chateau. Tour the chateau and see various locations in The Da Vinci Code book.

7:00 pm Welcome cocktail reception in chateau's Grand Salon which is Sir Leigh

Teabing's ballroom turned Grail study room in the book and movie.

8:00 pm Dinner at the chateau.

Day Two

9:00 am Breakfast at the chateau.

11:00 am Driving to Paris through Bois de Boulogne and Avenue des Champs Elysees mentioned in the book.

12:30 pm Lunch at Hotel Ritz where the main character Robert Langdon stayed.

3:00-6:00 pm Da Vinci Code walk with a guide including visiting church Saint Sulpice.

6:30 pm Dinner in Paris

Day Three

9:00 am Breakfast at the chateau.

11:00 am Visit the Grand Gallery at Louvre including Mona Lisa.

12:30 pm Lunch at Café Marly at the Louvre

3:00-6:00 pm Free activities in Paris or we will take you shopping in Rue Fouborg Saint Honore, the best shopping street in Paris where all the most beautiful designer stores are located. Even window shopping is great fun here if you don't have the budget to buy.

7:30 pm Dinner in Paris at 1728 off Rue Fouborg Saint Honore. This restaurant is in the home of General Lafayette built in 1728, which is beautifully restored by its current owner.

Day Four

9:00 am Breakfast at the chateau. Depart after breakfast.

Da Vinci Code Tour Package: 5 Days and 4 Nights

Day One

Arrival, check-in to your deluxe room at the chateau. Da Vinci Code Tour and welcome dinner at the chateau.

Day Two

Da Vinci Code Tour in Paris. Starts with lunch at Hotel Ritz, visit Louvre's Grand Gallery and Mona Lisa and church Saint Sulpice. Dinner in Paris.

Day Three

Shopping trip in Paris. Dinner at 1728, one of the most elegant restaurants in Paris, formerly the home of La Fayette built in 1728.

Day Four

Tour Versailles during the day. Farewell dinner at the chateau.

Day Five

Breakfast at the chateau. Departure after breakfast.

Da Vinci Code Tour Package: 6 Days and 5 Nights

The Deluxe Tour Package of 6 days and 5 nights includes tour of Paris locations in the novel, all meals, taxes and services. Deluxe rooms at Chateau Villette including daily breakfast, lunch and dinner except the meals in Paris restaurants. All chateau meals are prepared by 5 Mobil star chef Michel Cornu, formerly executive chef at Auberge du Soleil in Napa Valley, California. Lunch and dinner or specially designed theme events are also available for your special soirees.

The highlights are:

Visit the Louvre's Denon Wing; including Grand Gallery and Mona Lisa.

Lunch at The Hotel Ritz where The Da Vinci Code book started.

Visit the church Saint Sulpice and a guided "Da Vinci Code Walk".

Tour of Champs-Elysees and the Bois de Boulogne.

Dinner at restaurant in Paris at 1728 or Hotel George V.

Video presentation and group session to discuss "The Da Vinci Code".

Anexo Nº 6: Novel Explorations: Writers, Myths & Legends A Journey to Northern England and Scotland – Itinerário

(Fonte: <http://www.noveexplorations.com/>)

Day 1

Depart from the USA in your overnight flight to Glasgow, Scotland.

Day 2

Transfer on your own to the Thistle Glasgow, conveniently situated in the heart of Glasgow's entertainment and shopping areas. Since most flights arrive in the morning, this offers you a chance to become acquainted with the area near the hotel prior to meeting your fellow travelers at the welcome dinner in the evening.

Day 3

After breakfast, depart from the hotel. However, before you leave Glasgow, you'll meet your City Guide for a morning tour, including a visit to Glasgow Cathedral, which is dedicated to the city's patron saint - St. Kentigern, also known as St. Mungo. After leaving the guide, you depart Glasgow and head for a cruise on Loch Lomond, the largest fresh water lake in the UK. And what a perfect way to bring to life Andrew Lang's verse, The Bonnie Banks o' Loch Lomond, which was the basis for the song we all know and sing. End the day at the Queens Hotel in Oban. Dinner in hotel.

Day 4

Breakfast is in hotel. Today, take the ferry to the Isle of Mull, where you'll enjoy a unique experience riding the Isle of Mull Railway for a guided visit to Torosay Castle, a Scottish Baronial style castle still used as a family home today. In the afternoon, visit Duart Castle, the ancestral home of the Clan Maclean. Return via ferry to Oban for dinner and stay at the Queens Hotel.

Day 5

Depart after breakfast for Edinburgh with a stop for a private guided visit to Scone Palace situated over the River Tay, home to the Earls of Mansfield and immortalized in Shakespeare's Macbeth. Arrive in late afternoon at the Thistle Hotel in Edinburgh, your home for the next 3 nights. Enjoy dinner in the hotel while learning more about what Edinburgh has to offer.

Day 6

Today after breakfast you'll have some free time to explore Edinburgh and take in some of the famous sites such as the Palace of Holyroodhouse or Edinburgh Castle. Later in the day when you again join up with your fellow travelers, travel to the Writers Museum for an organized tour. Here you'll see displays honoring Scotland's famous writers - e.g., Robert Burns, Sir Walter Scott, and Robert Louis Stevenson. Then your coach takes you to the Royal Yacht Britannia, which served the Royal family for over forty years. In your guided tour you'll learn about the fascinating past of

this famous ship, which is still used for entertaining. Tonight enjoy a delightful Scottish supper at The Beehive Inn. From this historic pub you'll end your evening with a literary walk.

Day 7

Your Scottish guide joins you this morning after breakfast on an all day journey to Stirling and the Trossachs. You'll have a guided visit to Stirling Castle which dates back between 1496 and 1583 and sits high on volcanic rock providing some magnificent views. As you travel today, your guide will provide great background on various legends, including Rob Roy MacGregor, (you may remember the film *Rob Roy*). From Stirling you head into the Trossachs and Sir Walter Scott territory where you'll learn more about the historic settings and the author's works while sailing on the Loch Katrine Steamer, Sir Walter Scott. Return to Edinburgh and the hotel with a stop at the Bannockburn Heritage Center to learn more about Robert the Bruce and Sir William Wallace (Braveheart) associations. The rest of the evening is at your leisure and dinner is on your own.

Day 8

After departing your hotel and Edinburgh, travel to Rosslyn Chapel with a history on to itself including the writers who visited it, and made more famous with the recent popularity of *The Da Vinci Code*. After your guided tour, you'll head on to Traquair House, once home to the Kings of Scotland and still lived in by the descendants of the Maxwell Stuart family. Today it also still houses one of the oldest breweries in Great Britain. Then on to England and Whitby where we'll learn through a leisurely walk the Bram Stoker Dracula connections. End the afternoon with a wonderful journey on the North York Moors Railway as you are transported through the Yorkshire scenery and James Herriot territory. Enjoy dinner and an evening's stay at Ripon Spa Hotel, set in five acres of lovely gardens.

Day 9

Today, you head towards the picturesque Lake District. On your way, you'll stop for a guided visit to Castle Howard, home to the Howard family for over 300 years. Used as the setting for many films, including the popular *Brideshead Revisted*, a new BBC series has been created about the life and behind the scenes at this estate. Perhaps this 25 part series will some day come to USA television. Then continue your journey to the charming village of Haworth, where you'll visit the Bronte Parsonage, home to the Brontes. You'll get a wonderful glimpse into their lives and what acted as inspiration to their writings. The Museum, in 2005, just celebrated the 150th anniversary of Charlotte Bronte's death. There will also be time to do some exploring of Haworth, a charming village. End the day at Castle Green Hotel in Kendal on the edge of the Lake District. Dinner is in your hotel.

Day 10

After breakfast in the hotel, you'll explore one of the most beautiful areas of England: the Lake District. Start with a guided visit to Hill Top Farm - the charming home of Beatrix Potter. If you're

familiar with her work, you'll really appreciate seeing how Ms. Potter's home was a real inspiration to her story writing. After time for lunch, enjoy a visit to Brantwood, home to the Victorian writer and painter John Ruskin. Then enjoy a cruise on Lake Coniston. Dinner is at hotel.

Day 11

Before departing the Lake District, visit Dove Cottage, home to the poet William Wordsworth and his sister Dorothy (a distinguished writer as well). Originally an Inn in the 1600's, Wordsworth came to live in Dove Cottage in 1799, where supposedly he penned some of his most famous works. As you head back to Scotland, make a stop at the Birdoswald Roman Fort and an opportunity to view one of the 16 forts that were built along Hadrian's Wall. Built by the orders of the Roman Emperor Hadrian in 122-130 AD, it was used by him to lay out the northern boundaries of his territory. End the day at The Station Hotel in Dumfries. Dinner is in your hotel.

Day 12

Although this may be your last day of travel in Scotland, it won't end before you have the chance to visit additional sites in Scotland, including the Burns Heritage Park. On your way there you'll stop at Wigtown, Scotland's National Book Town -- similar to the famous Hay on Wye in Wales. Then it's on to Burns Country. It's appropriate that this final day of touring includes Robert Burns, the writer of the poem Auld Lang Syne, which was the inspiration for the song we've sung many a time. Not only will you see his birthplace, but you'll also have a chance to see other buildings in the park and go away with better understanding the life and influence of this writer. End your day at the Beardmore Hotel (or similar) near Glasgow. Farewell dinner is in the hotel

Day 13

Transfer to the Glasgow airport for your return trip to the USA.

Anexo Nº 7: Casterbridge Tours – Programas de Itinerários Literários

(Fonte: <http://www.casterbridgetours.com/US/special.html>)

LITERARY PROGRAMS		
LIT 01: 9 DAYS	Literary London	Arrive London {7} (Stratford, Oxford, Canterbury & Rochester)
LIT 02: 9 DAYS	Literary Southern England	Arrive London - Winchester - Wessex {3} (Tintern Abbey, Bath, Dorchester, East Coker & Glastonbury) - Stratford Area {1} - Oxford - London {3} (Canterbury & Rochester)
LIT 03: 9 DAYS	Shakespeare's England	Arrive London - Oxford - Stratford Area {3} (Warwick) - Stonehenge - Wilton House - Salisbury {1} - Windsor - London {3}
LIT 04: 9 DAYS	Theater in Stratford & London	Arrive London - Oxford - Stratford Area {2} (Warwick) - Cambridge - London {5} (Globe Theater, Backstage Tours, Make-up Demonstration, Theater Performances)
LIT 05: 13 DAYS	The Legend of King Arthur in England	Arrive London - Winchester - Wessex {2} (Glastonbury & Wells) - Dunster - Clovelly - Cornwall {2} (Tintagel & Bodmin Moor) - Bath - Caerleon - South Wales {1} - Brecon Beacons National Park - Betwys-y-Coed - Chester {2} (Caernarfon, Llangollen & Hawkstone) - Upper & Lower Slaughter - Bourton-on-Water - Cotswolds {2} (Sudeley & Snowhill Manor) - London {2}
LIT 06: 10 DAYS	The Life & Times of the Great British Women Authors	Arrive Manchester - Hebden Bridge - Heptonstall - Haworth Area {2} (Brontes Thematic Day) - Tintern Abbey - Bath Area {2} (Jane Austen's Bath) - Chawton - Winchester - Brighton {1} - Lewes - London {3}
LIT 07: 11 DAYS	Poetic Landscapes of Britain	Arrive Manchester - Lake District {3} (Dove Cottage, Rydal Mount & Haworth) - Chester - South Wales {2} (Laugharne & Swansea) - Tintern Abbey - Bath - Wessex {2} (Lyme Regis, East Coker & Dorchester) - Salisbury - London {2}
LIT 08: 12 DAYS	The Life & Times of Britain's Great Novelists	Arrive Glasgow - Stirling - Edinburgh {2} - Robert Burns Country - Carlisle {1} - Lake District {2} (Brantwood, Windermere, Dove Cottage & Rydal Mount) - Haworth - Stratford Area {2} (Warwick) - Oxford - London {3}
LIT 09: 12 DAYS	Rowling's Inspirations for <i>Harry Potter</i>	Arrive Manchester - York {3} (Hogwarts Express, Kirkleatham Owl Center & Alnwick Castle) - Corris {1} - Shrewsbury - Warwick Area {2} (Oxford) - Gloucester - Bath Area {1} - Lacock Abbey - London {3}
LIT 10: 13 DAYS	19th & 20th Century British Literature	Arrive London - Canterbury {2} (Sevenoaks & Maidstone) - Rye - Burwash - Lewes - Brighton {1} - Salisbury - Wessex {3} (Dorchester, East Coker, Lyme Regis, Laugharne & Swansea) - Bromsgrove - Birmingham - Eastwood Area {1} - Oxford Area {1} - Cambridge - London {3}
LIT 11: 8 DAYS	Literary Dublin	Arrive Dublin {6} (Sandy Cove & Kavanaugh Center)
LIT 12: 10 DAYS	Exploring Yeats' Ireland	Arrive Shannon - Cliffs of Moher - The Burren - Galway {2} (Thoor Ballylee & Coole Park) - Sligo {3} (Yeats Thematic Days & Rosses Point) - Dublin {3}
LIT 13: 10 DAYS	Literary Ireland	Arrive Shannon - Cliffs of Moher - The Burren - Galway {2} (Thoor Ballylee & Coole Park) - Sligo {3} (Yeats Thematic Days & Rosses Point) - Dublin {3} (Sandy Cove & The Kavanaugh Center)

LIT 14: 8 DAYS	Literary Edinburgh	Arrive Glasgow - Stirling - Edinburgh {6} (Selkirk, Kelso, Peebles, Abbotsford, Melrose Abbey & Dryburgh Abbey)
LIT 15: 10 DAYS	Literary Scotland	Arrive Glasgow - Culzean Castle - Ayrshire {3} (Burns Country & Loch Lomond) - Selkirk - Kelso - Peebles - Borders {2} (Borders Tour) - Edinburgh {3}
LIT 16: 9 DAYS	Literary Scholars of Ireland & Scotland	Arrive Shannon - Cliffs of Moher - The Burren - Galway {1} - Thoor Ballylee - Coole Park - Sligo {2} (Yeats Thematic Day) - Dublin {2} - Larne - Ferry to Cairnryan - Ayrshire {1} - Burns Country - Edinburgh {2}
LIT 17: 10 DAYS	Literary Ireland, Scotland & England	Arrive Shannon - Cliffs of Moher - The Burren - Galway {1} - Thoor Ballylee - Coole Park - Sligo {2} (Yeats Thematic Day) - Dublin {2} - Larne - Ferry to Cairnryan - Ayrshire {1} - Burns Country - Edinburgh {2} - Lake District {2} (Brantwood, Dove Cottage & Rydal Mount) - Depart Manchester
LIT 18: 12 DAYS	Literary Scotland & England	Arrive Glasgow - Stirling - Edinburgh {2} - Burns Country - Lake District {2} (Dove Cottage & Rydal Mount) - Haworth - Stratford Area {2} - Oxford - Bath - Wessex {2} (Hardy Country & East Coker) - Chawton - Winchester - London {2}
LIT 19: 12 DAYS	Literary Ireland & England	Arrive Shannon - Cliffs of Moher - The Burren - Galway {1} - Thoor Ballylee - Coole Park - Sligo {2} (Yeats Thematic Day) - Dublin {2} - Sandy Cove - Dunlaughtaire - Ferry to Holyhead - Stratford Area {2} - Oxford - Bath Area {1} - Chawton - Winchester - London {2}
LIT 20: 12 DAYS	Literary England & France	Arrive London - Chawton - Winchester - Wessex {3} (Hardy Country & East Coker) - Bath - Stratford Area {1} - Oxford - London {2} - Eurostar to Paris {4} (Illiers-Combray & Medan)
LIT 21: 11 DAYS	Literary Spain	Arrive Madrid - Alcala de Henares - Salamanca {2} (Unamuno's Salamanca Tour) - El Escorial - Toledo Area {1} - La Mancha - Granada {2} (Lorca's Granada Tours) - Ronda {1} (Hemingway's Ronda Tour) - Seville {1} - Cordoba - Madrid {2}
LIT 22: 9 DAYS	Exploring Cervantes Spain	Arrive Madrid - Alcala de Henares - Valladolid {2} - Segovia - Toledo Area {3} (Conseguera, Campo de Criptana, El Toboso, Albacete & Lagunas de Ruidera) - Madrid {2}
LIT 23: 9 DAYS	20th Century Spanish Literature	Arrive Barcelona {1} - Overnight Train {1} - Arrive Granada {1} - La Mancha {1} - Madrid {3} (Salamanca)
LIT 24: 9 DAYS	Literary Paris	Arrive Paris {7} (Illiers-Combray, Medan, Chartes & Port Marly)
LIT 25: 11 DAYS	The French Novelists	Arrive Paris {6} (Illiers-Combray, Medan, Chartres & Port Marly) - TGV Train to Avignon {2} - Marseilles - Nice {1}
LIT 26: 12 DAYS	Literary Germany	Arrive Frankfurt - Mainz - Heidelberg {2} (Marbach) - Frankfurt - Hanau - Wetzlar {3} (Kassel & Dusseldorf) - Thuringia Forest - Weimar {2} (Jena) - Leipzig - Berlin {3}
LIT 27: 11 DAYS	Literary Italy	Arrive Milan - Verona - Venice Area {2} - Ravenna - Bologna {2} (Modena & Ferrara) - Fiesole - Florence Area {2} - Certaldo - Rome {3}
LIT 28: 12 DAYS	Legend of King Arthur in England & France	Arrive London - Winchester - Wessex {2} (Glastonbury & Bath) - Dunster - Clovelly - Cornwall {2} (Tintagel & Bodmin Moor) - Plymouth - Ferry to Roscoff - Morlaix {2} (Huelgoat Forest) - Dinan - Josselin {2} (Paimpont & Broceliande Forest) - Chartres - Paris {2}

LIT 29: 10 DAYS	Following the <i>Da Vinci Code</i>	Arrive Paris {2} - Eurostar to London {3} - Oxford - Yorkshire {1} - Edinburgh {2}
LIT 30: 8 DAYS	Dan Brown's <i>Angels & Demons</i>	Rome {6} <i>This tour will follow the character Dr. Robert Langdon on the Path of the Illuminati</i>

Anexo Nº 8: British Tours – Preço

(Fonte: <http://www.britishtours.com/rates.html#overnight>)

Day Tours

Prices are per car not per person. For example, the cost of a full day tour in London for 3-4 people is £360, which is £90 per person based on 4 people. Prices include all car and driver-guide expenses and local tax but not lunch or entrance fees if applicable. Guide's gratuity is at your discretion.

Choose:

- Medium (M) for 1 to 2 people
- Large (L) for 3 to 4 people
- Extra Large (XL) for 5 to 7 people
- For Minibus & Coach - 8 to 52 people - please contact us

Luggage.

Please note that if you have luggage with you - e.g. on Airport Transfers and Tours combined with Airport Transfers - the size also depends on how much luggage you have - we will advise you.

Tour	Medium up to 2 people	Large up to 4 people	People Carrier Up to 7 People	Minibus Up to 11 people
Bath Only (8 Hours)	£420	£485	£575	£835
Bath, Stonehenge or Salisbury (10 Hours)	£455	£525	£630	£865
Bath, Stonehenge & Salisbury (11 Hours)	£480	£545	£655	£890
Cambridge and Duxford (9 Hours)	£395	£470	£580	£825
Cambridge Only (5 Hours)	£295	£360	£450	£745
Canterbury & Leeds Castle (7 Hours)	£375	£435	£545	£805
Canterbury, Leeds Castle & Dover (10 Hours)	£455	£525	£630	£865
Chartwell or Leeds Castle (5 Hours)	£295	£360	£450	£745
Chartwell and Leeds (9 Hours)	£395	£470	£580	£825
Cotswolds Country (9 Hours)	£395	£470	£580	£825
Glastonbury, Wells and Stonehenge (11 Hours)	£480	£545	£655	£890
Greenwich (4 Hours)	£265	£315	£395	£665
Harry Potter, Gloucester and Oxford (10 Hours)	£455	£525	£630	£865
Harry Potter - London and Oxford (8 Hours)	£385	£450	£570	£810
London (3 Hours)	£195	£250	£295	£495
London (5 Hours)	£255	£295	£390	£620
London (7 Hours)	£295	£360	£450	£745

London By Night (3 Hours)	£195	£250	£295	£495
Normandy by Private Plane (12 Hours)	£3,050	£3,685	£4,250	<i>on request</i>
Paris (4 hours)	£260	£280	£310	<i>on request</i>
Paris (7 hours)	£385	£420	£470	<i>on request</i>
Paris, Private Tour & Eurostar (12/13 Hrs)	<i>From</i> £595	<i>From</i> £895	<i>From</i> £950	<i>on request</i>
Oxford, Blenheim Palace & Windsor (9 Hours)	£395	£470	£580	£825
Oxford Only (5 Hours)	£295	£360	£450	£745
Prehistoric Wessex (10 Hours)	£455	£525	£630	£865
Stately Homes, Castles & Gardens (5 Hours)	£295	£360	£450	£745
Stately Homes, Castles & Gardens (9 Hours)	£395	£470	£580	£825
Stonehenge at Dusk (6 Hours)	£480	£555	£695	£985
Stonehenge & Avebury (7 Hours)	£375	£435	£545	£805
Stratford-Upon-Avon (9 Hours)	£430	£495	£595	£850
Stratford-Upon-Avon & Warwick (10 Hours)	£455	£525	£630	£865
Thames Valley (5 Hours)	£295	£360	£450	£745
Thames Valley (7 Hours)	£345	£395	£495	£795
Winchester, Salisbury & Stonehenge (9 Hours)	£430	£495	£595	£850
Windsor, Eton, Hampton Court (7 Hours)	£345	£395	£495	£795
Windsor or Hampton Court (4 Hours)	£265	£315	£395	£665
Windsor, Stonehenge & Oxford (11 Hours)	£480	£545	£655	£890

Overnight Tours - Prices

For flexible touring around Britain with your own guide, multiply the number of days you wish to tour by the daily touring rate below.

The daily touring rate includes your guide for up to 9 hours each day, a private vehicle allowing 175 miles (280 km) touring per day, all vehicle expenses and local tax. The rate does not include your accommodation, meals or entrance fees where applicable. We are happy to arrange your accommodation according to your preferences and budget e.g. Historic Inns or Deluxe Country House Hotels - please let us know your preferences when inquiring.

Choose:

- Medium if there are 1 or 2 people in your group
- Large if there are 3 to 4 people in your group
- Extra Large if there are 5 to 6 people in your group

For Minibus & Coach - 7 to 52 people - please contact us

Luggage: Please note that for Overnight Tours, the size also depends on how much luggage you have - we will advise you.

Daily Touring Rate	Passengers	Price
Medium	1 to 2	£ 395
Large	3 to 4	£ 470
Extra Large	5 to 6	£ 580
Minibus	Up to 10	£ 825
Coach	11 to 52	<u>Please contact us</u>
Plus £70 per night for guide's overnight expenses. For groups of 6 or more add £165 per night for driver and guide's overnight expenses.		

Anexo Nº 9: 7-day German Fairy-tale Route

(Fonte: <http://www.toeurope.eu/tourDetail.aspx?tour=24ba9034-bfa7-49d9-aa0e-86734b891cfd>)

Day 1 – Frankfurt

If your schedule permits, start your tour in Frankfurt early enough to spend the day here, in this very modern metropolis which nevertheless offers many historic sites such as the Römerberg with its beautifully restored timber-framed houses, of course the Goethe Haus where the world famous poet once lived, the Paulskirche, symbol for democracy and freedom in Germany, "Alt-Sachsenhausen", where in Schellgasse number 6 you will find Frankfurt's oldest timber-framed house which was built around 1291, to name only a few of Frankfurt's historic landmarks. Visit the Frankfurt museum riverbank, one of the most important locations for museums in Germany and Europe. The exhibition buildings are lined up on both sides of the Main riverbank, several famous museums are to be found in the city center. Visit the "Städel", the German Museum of Architecture as well as the Museum of Applied Art or the "Schirn Kunsthalle" to name only a very few. And don't miss out on Frankfurt's "Zeil", a huge pedestrian zone where shopping is the name of the game. Your hotel is located close to Frankfurt's main station.

Day 2 – Hanau / Gelnhausen / Steinau an der Strasse

In the morning take a train to Hanau, the city very close to Frankfurt where the Brothers Grimm were born in the years 1785 and 1786. Here in Hanau is the official beginning of the German Fairytale Route. On Hanau's market square one can see the monument reminding us of the two famous brothers. The monument stands right in front of the "Neustädter Rathaus" (Neustädter Town Hall) with its attractive sandstone façade. Have a look at the "Deutsche Goldschmiedehaus" (German gold-smith house) which is now a museum showing the tradition of the gold-smiths in Hanau. The beautiful "Schloss Philippsruhe" (Castle Philippsruhe) in the lovely historic park "Wilhelmsbad" is another favourite sight seeing spot, the park being a favourite recreation area in the Rhein-Main region, inside the castle you will find the Hanau Historic Museum as well as the "Papiertheater Museum" (Papertheater Museum).

In the middle of Hanau's Old Town there is the Marienkirche (Marienchurch), its sanctuary being the city's oldest preserved building. The city of Gelnhausen, only a short train ride from Hanau, is also a stop on the German Fairytale Route. Here you can visit the historic Old Town and see the ruins of an imperial fortress of emperor Barbarossa. There is also the witch-tower, built in the middle of the 15th century as a turret, it was also used as a dungeon for those unfortunate ones accused of being 'witches'. Yet another short train ride takes you to the Brothers Grimm city of Steinau an der Strasse. The Brothers Grimm lived here for seven years during their childhood. The Amtshaus (office house) where they lived was already 200 years old when they moved here in 1791. Visit the picturesque Old Town, take a short walk along the old city wall and enjoy the beauty of the town's half-timbered houses. There is a little puppetry which runs daily performances based on the famous fairy tales. In the evening take the train back to your Frankfurt hotel.

Day 3 – Marburg / Kassel

Today the train will take you in around one hour to the city of Marburg on the Lahn river. Here in Marburg the Brothers Grimm studied law, in their free time they started researching folk-literature, writing down several traditional fairy tales which until then had not been recorded in written form. Marburg's historic Old Town, called Oberstadt ("Upper town") will enchant you with narrow alleys, historic buildings and the charm of times long ago. Visit the impressive Landgrafenschloss ("Landgrave castle"), which gave the town its name, dating back to the 10th century.

The Elisabethkirche ("Elisabeth-church"), build 1235-1283, is the oldest pure gothic church in Germany; it was erected above the grave of the Holy Elisabeth. Until the 16th century, the church was one of the most famous occidental places of pilgrimage. Otto Ubbelohde, the painter who illustrated the Grimm's fairy tales, used many motifs of the Marburger Land ("Marburg's countryside"), which are easily recognizable once you have visited this charming town. In the evening a train will take you in around one and a half hours to Kassel.

Day 4 – Kassel

Welcome to Kassel, the heart of the fairy-tale route.

Here in Kassel the Brothers Grimm lived for over thirty years, working as librarians at the Electoral Library, known now as the Fridericanum, Europe's first public museum, which today is the centre of the documenta exhibitions.

Throughout the city you can enjoy a unique range of museums, top of the fairy-tale-fan's list should be the Brüder Grimm Museum in the Palais Bellevue. Do not miss the Murhardsche Bibliothek (Library) which houses the Brothers Grimm archives and is seat of the Brothers Grimm Society in Kassel. Within the beautiful Schlosspark Wilhelmshöhe there is the Lion's Castle, built in the years 1793-1806, it resembles the ruin of a mediaeval English knight's castle. Take an excursion to the Hercules monument, Kassel's landmark, from here you have magnificent view over the city.

In 1830, Jacob Grimm said: "The years I spent in Kassel were the happiest of my life", a day spent here will show you why! Your next stop on the German Fairytale Route is Goettingen, which you will reach by train in less than one hour.

Day 5 – Goettingen / Hamelin

Goettingen, where the Brothers Grimm lived after they moved away from Kassel, is famous for its University, which was founded in 1734. Among those teaching here as professors where the Brothers Grimm.

Goettingen's Old Town, surrounded by the city wall, is well preserved and restored. The town's landmark is the Gaenseliesel, a statue of a little girl that tends the geese. The Art Nouveau figure

stands on the fountain in front of the old Town Hall, and although she resembles but a poor maiden she is 'the world's most kissed girl', because all students who earned their doctor's degree kiss her bronze cheek.

In the early afternoon take a train to the famous city of Hamelin. And who is responsible for the town's fame? Of course the "Rattenfänger von Hameln", the "Pied Piper of Hamelin"! For centuries now, the "Pied Piper" has been the town's landmark, quite often especially during the summer there are open air plays showing the somewhat sad story of the loss of Hamelin's children.

Visit Hamelin's beautifully restored Old Town, which is also quite unique as the historic Old Town is still to be seen almost uninterrupted by modern buildings on the main roads. There are a great number of historic stone- and timber-framed-buildings to be seen, many of them built in Renaissance style, such as the "Rattenfängerhaus" (Pied Piper house), the "Dempsterhaus" and the "Hochzeitshaus" (wedding-house).

The town offers quite a few "Pied Piper" guided tours, taking you to the famous spots and historic locations out of which the fairy-tale evolved. Explore this very charming town, and who knows, in some narrow cobblestone alley maybe you'll also hear the sound of a flute, resounding from afar...

Your hotel is located close to the main station.

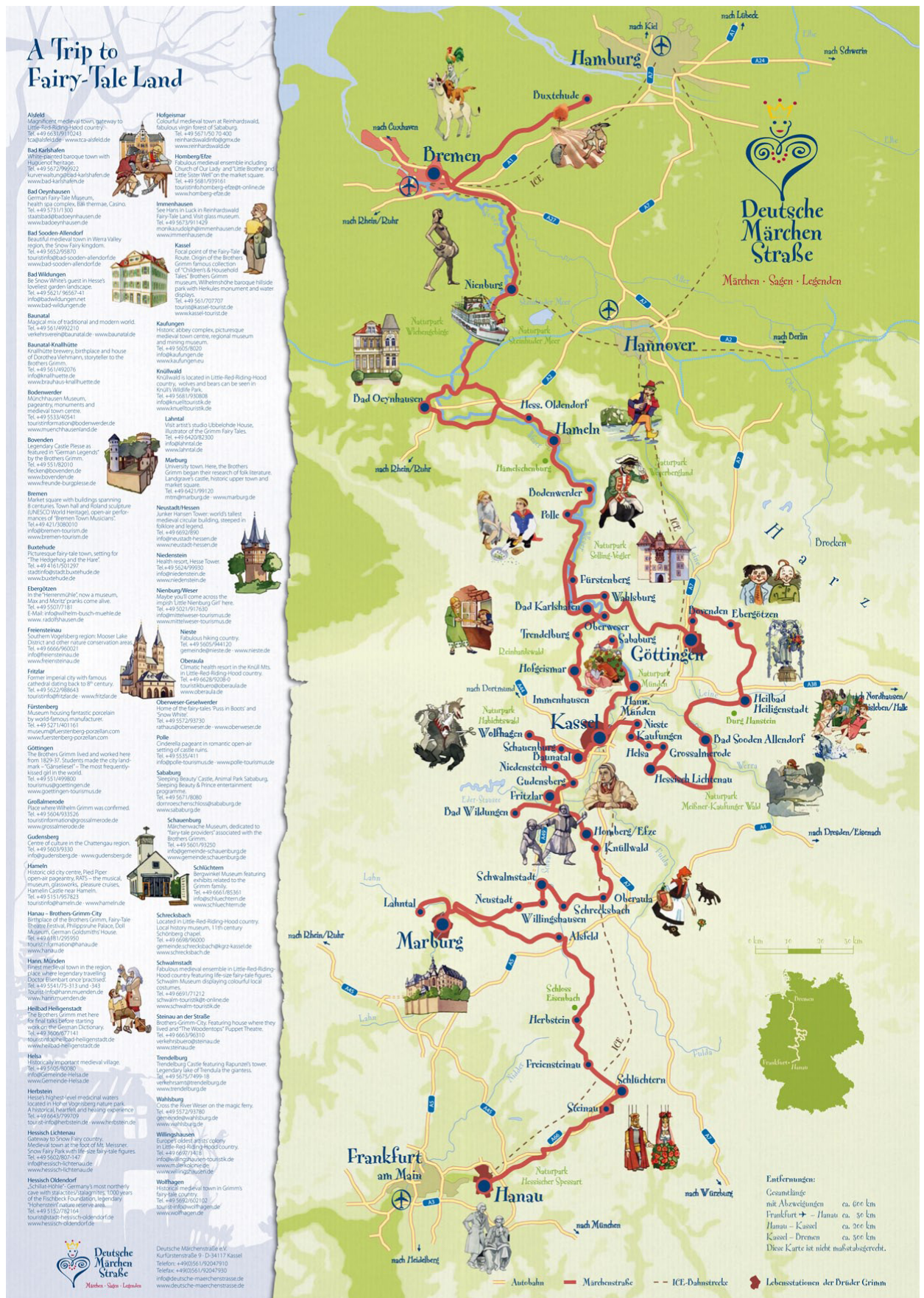
Day 6 – Bremen

Today take a 2 hour train ride to Bremen, the heart of North West Germany and home to the famous Bremen Town Musicians. The city's Town Hall with its Renaissance architecture is a UNESCO World Heritage Site, together with the statue of the "Roland" on the Bremer marketplace and the famous bronze display of the Bremen Town Musicians on the Town Hall's western side it is an incomparable tourist attraction. Then there is the "Mühle am Wall"(mill) which is the last mill left out of originally eight which were once built on the wall of the inner city. The mill was used up until 1950, today it is used as a café. Visit the "Schnorr", the town's oldest living quarters, and do not miss "Böttcherstrasse", Bremen's "secret main road".

Day 7 – The tour ends in Bremen.

Option: Train ride back to Frankfurt.

Anexo Nº 11: Deutsche Märchenstraße – folheto de divulgação da Rota com mapa incluído

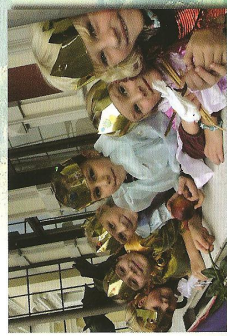
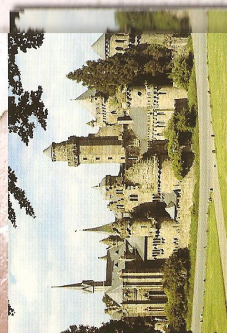


A Trip to Fairy-Tale Land

On the Trail of the Brothers Grimm

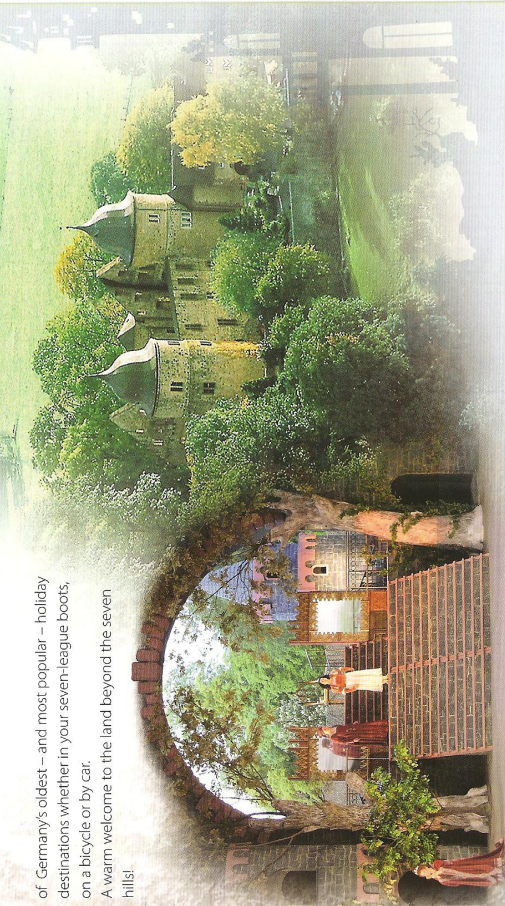


... where the Seven Hillsides swell, Seven Dwarfs and gallant Princes dwell



Let the whole family enjoy a wonderful trip to the magical world of the Brothers Grimm with its fairy tales and legends. From the Hessian city of Hanau to the northern city of Bremen, visitors can follow the German Fairy-Tale Route along 375 miles/600 km of rolling hills and forest landscapes offset by sloping valleys and gently-flowing rivers. Not forgetting all the picturesque medieval towns, castles and fortresses along the way. Enjoy a magical experience from the birthplace of the Brothers Grimm to the home of the singing animal ensemble, the Bremen Town Musicians. Let yourselves be enchanted by the sweet singing of lonely princesses imprisoned in forbidding castles or follow shiny pebble trails by moonlight that will take you deep into magical forests. Make a magical discovery of one

of Germany's oldest – and most popular – holiday destinations whether in your seven-league boots, on a bicycle or by car. A warm welcome to the land beyond the seven hills!



Anexo Nº 12: Roteiro Queirosiano em Sintra (Câmara Municipal de Sintra, Divisão do Património Histórico-Cultural)

(Fonte: www.cm-sintra.pt/AgendaCulturalArtigo.aspx?IDArtigo=978&IDMagazine=59)

Neste roteiro viaja-se até à Sintra oitocentista, atmosfera que o escritor Eça de Queirós utilizou como palco de partes de acção de “Alves e Companhia”, “A Correspondência de Fradique Mendes” e, sobretudo, de “O Primo Basílio”, “A Tragédia da Rua das Flores” e “Os Maias”.

É sobre a última obra que o Roteiro, particularmente, incide, proporcionando ao visitante um passeio no Centro Histórico da Vila, tendo como destino final Seteais, num caminhar tipicamente romântico, temperado por uma arquitectura natural e humana ímpares.

Durante o percurso desperta-se o interesse pela Sintra das queijadas e da manteiga fresca, dos passeios clássicos à Pena, à Fonte dos Amores, à Várzea de Colares, para nela barquejar.

Por fim, a Estrada de Colares, com a água da Cascata dos Pisões, o musgo dos muros que a ladeiam, e os palácios e jardins das belas quintas. O encontro com Alencar, o poeta ultra-romântico, a lembrar os “mil ais” soltados no Penedo da Saudade, envolto nas suas lendas de moiras e cruzados, e escondido pelo Palácio de Seteais.

Marcações: de segunda a sexta-feira, das 9h00 às 12h00 e das 14h00 às 16h30, por telefone ou fax.

Anexo Nº 13: Comemorações no bicentenário do nascimento de Hans Christian Andersen (Câmara Municipal de Sintra, Divisão do Património Histórico-Cultural)

(Fonte: <http://www.cm-sintra.pt/NoticiaDisplay.aspx?ID=3387>)

A Câmara de Sintra assinalou o bicentenário do nascimento do escritor Hans Christian Andersen com teatro, uma exposição, um roteiro literário e ainda com visitas teatralizadas às bibliotecas municipais, durante todo o mês de Abril.

Assim, no dia 2 de Abril, às 15H30, na Biblioteca Municipal de Sintra, a companhia de teatro Panda-Pá apresentou o espectáculo "Mergulho no fascinante universo de Andersen", onde os contos aparecem um a um como se magicamente fossem puxados de um fio invisível de palavras.

Este espectáculo volta a realizar-se a 12 de Abril, às 14H00, também na Biblioteca Municipal de Sintra. Já nos dias 14 e 23 de Abril, às 14H00, a peça será apresentada no Pólo da Tapada das Mercês, e a 16 e 27 de Abril, às 15H30 e às 14H00, respectivamente, no do Pólo do Cacém.

Durante todo o mês de Abril, as visitas às bibliotecas municipais serão efectuadas por dois actores de teatro que irão representar a figura de Hans Christian Andersen. Um receberá os leitores dando informações sobre a vida e obra do autor, bem como da sua passagem por Sintra, outro dinamizará os contos de Andersen junto das crianças.

Depois, a 9 de Abril, às 10h00, realizar-se-á o "Roteiro Literário Hans Christian Andersen", com partida do Palácio Valenças. Trata-se de um roteiro aberto ao público. Os participantes vão poder percorrer os locais e a casa por onde o escritor passou, aquando da sua estadia na "inigualável Sintra, a mais bela e decantada parte de Portugal".

Hans Christian Andersen esteve em Sintra de 26 de Julho a 8 de Agosto, de 1866, permanecendo em casa da família O'Neill, hoje pertença de Germana Tanger. Uma casa de campo, enorme, com muitas divisões, um largo terraço, um jardim suspenso e envidraçado e um minúsculo quintal com figueiras e limoeiros.

Durante a sua estadia em Sintra, Andersen pôde visitar o Ramalhão, a Quinta do Relógio, o Palácio da Vila e o da Pena, o Convento dos Capuchos, o Palácio e o Parque de Monserrate, Seteais, a Serra, o Paço dos Ribafrias, a Quinta de Penha Verde e a Igreja de Santa Maria de Sintra.

A Quinta da Regaleira será, ainda, anfitriã de uma exposição itinerante internacional sobre a vida e obra de Hans Christian Andersen, organizada pelo Museu Municipal de Odense em colaboração com a Câmara de Sintra, a Fundação Hans Christian Andersen 2005 e a Embaixada da Dinamarca em Portugal.

A exposição internacional será apresentada em português e relata a vida do escritor através de fotografias e documentação. Será inaugurada a 7 de Abril e ficará patente na Regaleira até 8 de Maio, entre as 10H00 e as 18H30, sendo a última entrada às 18H00.

Hans Christian Andersen (1805-1875) escritor dinamarquês, de origem humilde, filho de um sapateiro. Em 1819 instala-se em Copenhaga, onde, graças à ajuda de generosos protectores, estuda canto e dança. Mas, na realidade, a sua formação é autodidacta, nutrida por abundantes leituras. A partir de 1833 começa a publicar obras dramáticas, diários, apontamentos de viagens e alguns romances.

Mas a obra que o torna célebre em todo o mundo é "Contos", traduzidos para uma infinidade de idiomas. Publica os primeiros em 1835-37, e continua a escrever e a publicar até chegar, em 1872, a um total de 156 contos.

Anexo Nº 14: Percursos literários (Câmara Municipal de Lisboa, Divisão de Programação e Divulgação Cultural)

[http://www.agendalx.pt/cgi-](http://www.agendalx.pt/cgi-bin/iportal_agendalx/W0000947.html?area=Visitas%20Guiadas&tabela=visitas&genero=&datas=&dia=&mes=&ano=&numero_resultados=)

[bin/iportal_agendalx/W0000947.html?area=Visitas%20Guiadas&tabela=visitas&genero=&datas=&dia=&mes=&ano=&numero_resultados=](http://www.agendalx.pt/cgi-bin/iportal_agendalx/W0000947.html?area=Visitas%20Guiadas&tabela=visitas&genero=&datas=&dia=&mes=&ano=&numero_resultados=)

Este projecto tem o objectivo de contribuir como complemento curricular, divulgar a cidade, dinamizar os espaços culturais e incentivar as várias camadas da população, particularmente os jovens, estudantes e universitários, num conhecimento mais aprofundado da história e cultura de Lisboa. Têm como objectivo divulgar a cidade de Lisboa, vivida por alguns autores da literatura portuguesa, assim como a sua vida e a sua obra. Percorrendo a cidade, os alunos irão conhecer ruas e locais por onde estes andaram, assim como pequenos textos das suas obras.

Percursos literários:

- Alexandre O'Neill
- Cesário Verde
- Eça de Queiroz

- Fernando Pessoa
- Gil Vicente
- José Cardoso Pires
- José Rodrigues Miguéis
- José Saramago
- Luís de Camões

Entrada livre; marcação prévia; de Segunda a Sexta-feira

Destinatários: Grupos de jovens do 3º Ciclo do Ensino Básico e do Ensino Secundário, Ensino Técnico-Profissional ou inseridos em projectos específicos e estudantes universitários.

Duração: 60 a 90 minutos; entre as 9 e as 17 Horas

Anexo Nº 15: Rota dos Escritores (Comissão de Coordenação da Região Centro)

A *Rota dos Escritores* é um projecto de dinamização e intervenção sociocultural, promovido pela Comissão de Coordenação da Região Centro (CCRC), e cuja primeira fase de realização decorre em 2003.

A Rota dos Escritores centra-se em sete autores do século XX que se tornaram indissociáveis da Região Centro:

- Afonso Lopes Vieira (1878-1946)
- Aquilino Ribeiro (1885-1963)
- Miguel Torga (1907-1995)
- Vergílio Ferreira (1916-1996)
- Fernando Namora (1919-1989)
- Carlos de Oliveira (1921-1981)
- Eugénio de Andrade (1923-2005)

Anexo Nº 16: Turismo com rotas culturais, Paula Velho

(Fonte: http://dn.sapo.pt/inicio/interior.aspx?content_id=587904, 2 de Novembro de 2004)

Definidas como percursos diferentes, de exploração de realidades pouco conhecidas, as rotas são caminhos alternativos, feitos de «iniciativas e infra-estruturas criadas para promover determinadas zonas do País, sobre as quais é importante reflectir», diz o presidente da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (CCDRC), Pedro Saraiva.

«Tentar perceber o que determinada terra tem de especial, aquilo que a distingue das outras e, numa lógica de desenvolvimento descentralizado, aproveitar o seu potencial» é, ainda na óptica de Pedro Saraiva, a fórmula para o sucesso deste investimento.

A Rota dos Escritores do século XX aposta naquilo que marca a diferença, passa «quer pelo património humano e material, quer pelas artes e tradições da região, valorizando-as numa dimensão empresarial». A ideia, defende Seabra Pereira, presidente do Conselho Coordenador

deste projecto, constitui «um verdadeiro desafio político, económico e cultural, que se integra na filosofia do desenvolvimento sustentável».

As rotas, inseridas no Programa Cultural Mundial, são «caminhos, percursos comuns, cuja ideia-base é juntar as pessoas e criar a ideia de pertença da Humanidade», afirma o presidente do Comité Português da UNESCO, José Sasportes. Em Portugal existem três rotas, embora o número suba para 19, quando associadas a outras regiões que, de uma forma ou de outra, estejam relacionadas com o País, acrescenta ainda o antigo ministro da Cultura.

O objectivo do Instituto Europeu de Itinerários Culturais, destacou a directora adjunta Sorina Capp, é «fomentar a diversidade cultural, preservar, proteger e valorizar o património, através do turismo e itinerários culturais», que podem ser, como sustenta, «um tema artístico, social, cultural, que serve de elo de ligação entre vários locais – de âmbito regional, nacional, europeu ou mundial».

Anexo Nº 17: Projecto “Viajar Com...” Os Caminhos da Literatura

(Fonte: <http://www.viajarcom.org/>)

Viajarcom é uma iniciativa da Delegação Regional da Cultura do Norte que conta com a colaboração de um conjunto de entidades sedeadas na Região Norte que desenvolvem a sua actividade no domínio da Literatura e do Património Cultural.

Surge na sequência de uma experiência realizada por esta Delegação da qual fez parte um conjunto de actividades nas escolas com objectivo de divulgar o livro e de promover a leitura. Desta experiência, a iniciativa que mais se destacou teve como objectivo a organização de um roteiro literário, em torno da figura de autores portugueses.

Os resultados alcançados e os contactos desenvolvidos permitiram uma visão mais aprofundada sobre as potencialidades que a relação da Literatura/Património representa, bem como o dinamismo emergente de entidades e associações diversas.

O Projecto que agora se apresenta, pretende, a partir da experiência adquirida, implementar uma acção de carácter regional que potencie a temática da Literatura e do Património com base numa lógica de cooperação e de rede. Esta rede será estruturada com base na telemática, tirando partido das actuais capacidades que as tecnologias da informação e das comunicações nos disponibilizam. Por outro lado, e no que respeita aos destinatários deste projecto, pretende-se reforçar a acção junto das escolas e comunidades educativas e também, junto do público em geral e dos visitantes da região.

Estamos convictos de que se trata de um projecto com um profundo impacto na região. Através dos novos meios que a tecnologia nos disponibiliza pretende-se implementar uma lógica de cooperação e de troca de experiência que corresponde a uma necessidade sentida por todos os participantes e que possibilitará pensar e estruturar a actividade das associações com base em premissas de nível regional.

O projecto visa também a disponibilização de informação em que se conjugam suportes tradicionais com suportes de natureza tecnológica de acordo com um princípio de

complementaridade entre o suporte electrónico e o suporte papel: roteiros, desdobráveis, cartazes, CD-ROM e a Internet.

Objectivo

Promover os recursos culturais da região Norte de Portugal e contribuir para a sua potenciação socioeconómica, com base numa lógica de cooperação entre entidades que desenvolvem as suas actividades no domínio do Património e da Literatura, com forte suporte nas tecnologias da informação e das comunicações

Tem por base o Património Literário de autores com fortes ligações à região e explora esta relação nas suas múltiplas abordagens: ambientes, paisagens, locais ou monumentos ou, de carácter mais imaterial, as tradições, os hábitos e os costumes.

Constituem objectivos específicos:

- Divulgar a vida e a obra de autores portugueses de alguma forma relacionados com a região Norte de Portugal;
- Divulgar o Património Cultural da região Norte de Portugal através da vida e da obra de autores portugueses: monumentos, paisagens, produtos, hábitos e costumes;
- Promover o gosto pela leitura nomeadamente da Literatura portuguesa;
- Produzir conteúdos culturais sobre esta temática para utilização de outros agentes de desenvolvimento (autarquias, associações de municípios, Juntas de turismo, etc.);
- Produzir materiais didácticos sobre esta temática para as escolas do ensino básico e secundário
- Promover a cooperação entre os participantes no projecto;
- Promover a utilização das tecnologias da informação e das comunicações;
- Promover a cooperação e a troca de informações com organizações congéneres na Europa e em particular com instituições/organizações galegas.

Organização

Este projecto é da iniciativa da Delegação Regional do Norte da Secretaria de Estado da Cultura que é a entidade responsável pela sua gestão e implementação. Nele podem participar instituições sem fins lucrativos, de natureza pública ou privada, que desenvolvam as suas actividades no âmbito da Literatura e do Património, que subscrevam ou venham a subscrever o projecto Viajarcom e que demonstrem capacidade para colaborar activamente nas diferentes iniciativas do Projecto. As entidades participantes são as seguintes:

- Associação Marânus
- Centro de Estudos Camilianos
- Tertúlia de João de Araújo Correia
- Centro de Estudos Ferreira de Castro
- Casa Museu José Régio
- Fundação Eça de Queirós

- Centro de Estudos Aquilino Ribeiro
- Fundação Maria Isabel Guerra Junqueiro
- Círculo Cultural Miguel Torga
- Fórum Terras de Mogadouro

Colaboram ainda neste projecto:

- Fundação Caloute Gulbenkian
- Região de Turismo da Serra do Marão

Acção 1 – Constituição e funcionamento da rede

Dotar os participantes no projecto dos meios tecnológicos necessários que lhes possibilitem a participação nas diversas actividades do projecto.

Apoiar as entidades participantes na utilização dos meios tecnológicos (equipamentos e produtos lógicos) colocados à sua disposição de forma a garantir o desenvolvimento de actividades que pressupõem a sua utilização.

Acção 2 - Base de dados Património

Desenvolvimento de uma base de dados que será disponibilizada através da Internet, relativa a elementos patrimoniais do norte de Portugal, de alguma forma relacionados com escritores portugueses: casas, paisagens, miradouros, igrejas, outros edifícios, produtos, ementas, etc.

Acção 3 – Divulgação de autores

Elaboração de roteiros turísticos que integrem informação sobre autores portugueses e elementos patrimoniais. Estes roteiros serão editados em formato papel e em suporte electrónico através de Web Site do projecto.

Criação de um programa de itinerância pelas escolas e bibliotecas onde se colocará à disposição de professores e alunos materiais relacionados com os escritores, nomeadamente bibliografia activa e passiva, roteiros e desdobráveis produzidos no âmbito deste projecto, exposições temáticas sobre os escritores, outros materiais que possam ser disponibilizados pelas próprias associações.

Acção 4 – Promoção da rede

Divulgação de todas as actividades relacionadas com a rede e seus participantes através da comunicação social, Internet e correio electrónico. Divulgação de todos os conteúdos produzidos e recolhidos em suporte electrónico – CD-ROM e Internet – edição de desdobráveis temáticos e disseminação da experiência adquirida em conferências nacionais e internacionais.

Realização de um seminário que permita a troca de experiências e o lançamento de novos desafios sobre esta temática.

Anexo Nº 18: Projecto “Viajar Com...” na imprensa regional: “Escritores Nortenhos Vão ser Divulgados”

in *Semanário Transmontano* 29/11/2002, citado por <http://www.viajarcom.org/>

A Delegação Regional da Cultura do Norte apresentou um novo projecto que tem como objectivo recordar e incutir no público o gosto pela literatura das obras de dez escritores nortenhos.

“Viajarcom – os caminhos da literatura” é um novo projecto da Delegação Regional da Cultura do Norte (DRCN) que vai arrancar em breve, já que viu aprovada a sua candidatura ao III Quadro Comunitário de Apoio. Segundo o Delegado da DRCN, Costa Leite, os objectivos deste projecto passam por divulgar a vida e obra de dez autores portugueses do norte do país e o património cultural da região, assim como promover o gosto pela leitura e a cooperação entre os participantes no projecto.

Este projecto pretende implementar uma acção de carácter regional que potencie a temática da literatura e do património, com base numa lógica de cooperação em rede. Uma rede que será estruturada de forma a tirar partido das actuais capacidades que as tecnologias da informação e da comunicação disponibilizam. Por outro lado, pretende-se reforçar a acção junto das escolas e comunidades educativas, como também junto do público em geral e dos visitantes da região.

Estão envolvidos nesta “viagem” dez escritores portugueses: Aquilino Ribeiro, Camilo Castelo Branco, Eça de Queirós, Ferreira de Castro, Guerra Junqueiro, João de Araújo Correia, Miguel Torga, José Régio, Teixeira de Pascoais e Trindade Coelho. Para isso, a DRCN conta com a colaboração de um conjunto de entidades sediadas na região norte que desenvolvem a sua actividade no domínio da literatura e do património cultural, como é o caso do “Fórum Terras de Mogadouro”, que espera com esta iniciativa dar a conhecer as muitas obras de Trindade Coelho, e da Região de Turismo da Serra do Marão, porque na opinião de Costa Leite, “a cultura tem de estar cada vez mais ligada ao turismo”.

O “Viajarcom” visa a disponibilização de informação conjugando suportes tradicionais com suportes de natureza tecnológica, de acordo com um princípio de complementaridade entre o suporte electrónico e o suporte papel, ou seja, roteiros, desdobráveis, cartazes, CD-ROM e Internet.

De acordo com Costa Leite, o primeiro passo será “dotar os participantes dos meios tecnológicos necessários à sua participação nas diversas actividades do projecto”. De seguida, será desenvolvida uma base de dados que será disponibilizada através da Internet, relativa a elementos patrimoniais relacionados, de alguma forma, com os escritores envolvidos. Serão ainda elaborados roteiros literários que permitirão ao público conhecer os escritores no seu espaço geográfico. Um bibliomóvel irá também viajar pelas escolas, para levar até aos mais jovens as obras destes dez escritores portugueses. Espera-se assim “incutir nos mais novos “o gosto pela leitura das obras destes autores nortenhos”.

Na apresentação do projecto “Viajarcom – os caminhos da literatura” as personagens dos dez escritores envolvidos foram vividas pelos actores da companhia de teatro Filandorra, que, vestidos a rigor, mostraram um pouco das suas almas.

Anexo Nº 19: Itinerário organizado por Mil Andanças no âmbito da Rota dos Escritores (Mil Andanças, Agência de Viagens)

(Fonte: <http://www.mil-andancas.pt/arquivos/Rota%20Escritores.pdf>)

Porto, Amarante, Vila Real, Sabrosa, Pinhão, Régua; De 25 a 27 de Abril 2008

1.º Dia – Setúbal/ Lisboa/ Porto – Saída de Setúbal pelas 9h00 e de Lisboa pelas 10h00 em direcção ao Porto. Chegada ao Porto, alojamento e tempo livre.

2.º Dia – Porto/ Aregos/ Santa Marta de Penaguião – Saída do hotel, após pequeno-almoço. Saída do Porto, em comboio da Estação de S. Bento até à Estação de Tormes (Aregos). Início de percurso pedestre que de acordo com o relato do romance “A Cidade e as Serras”, tem início na Estação de Tormes (Aregos) prolongando-se serra acima por caminhos de natureza até Tormes ou Quinta de Vila Nova. Observe em seu redor e, entre cogitações, confira que Eça tinha razão, esqueçam-se aqui todos os males ante a inesperada beleza daquela terra bendita, composta pelo divino artista numa das suas manhãs de mais solene e bucólica inspiração. De espírito aliviado pela divina paisagem, não espere ter a sorte de Jacinto e Zé Fernandes, pois nem a égua russa nem o burro de Sancho o transportarão até lá acima. A alternativa é trepar até Tormes. Continuação até à Fundação Eça de Queirós, com tempo para visita e leitura. Almoço no restaurante regional “O Almocreve”, em Portela do Gôve com ementa “à época do Jacinto” (entradas, sopa à Lavrador, arroz de favas com frango alourado, vinho regional, sumos e águas, creme queirosiano ou fruta, café). Continuação da viagem, pela Serra da Aboboreira, até Amarante. Visita à Casa de Teixeira de Pascoais, com evocação da sua obra literária, junto às fontes da propriedade e ao centro de Amarante. Segue-se para Vila Real, com passagem pela Casa dos Brocas, onde Camilo Castelo Branco viveu algum tempo. Evocação do Escritor. Ao início da noite, visita às Caves Santa Marta, seguida de prova de vinhos. De seguida, jantar temático com leitura e tertúlia sobre a obra de João de Araújo Correia, com acompanhamento musical (entradas, sopa, bacalhau assado com batatas a murro, lombo de porco assado com castanhas e arroz de forno, vinho da reserva das Caves Santa Marta, sumos, águas, leite creme, aletria ou fruta com vinho fino do Douro, café). Alojamento na zona.

3.º Dia – Santa Marta de Penaguião/ Sabrosa (S. Martinho d’Anta)/ Pinhão/ Régua/ Lisboa/ Setúbal – Após pequeno almoço, partida para Sabrosa. Passagem pelos locais de vivência, de escrita e de memória de Miguel Torga. Almoço no “Restaurante Central”, com ementa à moda do Torga (entradas de fumeiro, sopa regional, rojões à transmontana, vinho regional, sumos e águas, doce ou fruta, café). Após almoço, continuação para Pinhão – visita à Estação de Caminhos-de-

ferro, com interpretação dos seus painéis de azulejos, seguida de passeio panorâmico ao longo do rio Douro até à Régua. Início da viagem de regresso. Chegada aos locais de origem, chegando aos locais de origem por volta da hora de jantar.

Preço por pessoa em quarto duplo/triplo: 180 € (mínimo de 40 participantes)

O preço inclui: Viagem em autocarro de turismo com vídeo e ar condicionado; Acompanhamento por representante Mil Andanças e guias culturais; Entrada na Fundação Eça de Queiroz; Visita aos jardins da Casa de Teixeira de Pascoais; Prova de vinho; Alojamento em hotéis de 3*; Refeições conforme programa;

O preço não inclui: Despesas de carácter pessoal; serviços não mencionados;
Despesas de reserva: 20 € por dossier.

Anexo Nº 20: Itinerário organizado por Pinto Lopes Viagens no âmbito da Rota dos Escritores (Pinto Lopes Viagens, Agência de Viagens)

(Fonte: http://www.pintolopesviagens.com/pdf/portugal/rota_escritores.pdf)

Este passeio visa proporcionar a vivência de momentos literários através da evocação de alguns dos mais importantes escritores transmontano-durienses.

1º Dia – Porto – Aregos – Marco de Canaveses – Amarante – Mesão Frio – Régua – Vila Real – Sabrosa

Entre as 08h30 e as 08h50, abertura da garagem da nossa agência para eventual estacionamento dos automóveis e colocação das malas no autocarro. Continuação para a Estação de Campanhã para embarque em comboio, com destino a Aregos. Após visita pedonal pelo Caminho de Jacinto, prosseguimento para a Fundação Eça de Queirós, com visita à Casa de Tormes e leitura, entre outras actividades. Almoço em restaurante regional, com ementa “à época do Jacinto”. Continuação para Amarante passando pelo Marco de Canaveses. Visita aos jardins da Casa de Teixeira Pascoais, com evocação da sua obra literária. Paragem no centro da cidade. Continuação para a Régua, passando por Mesão Frio. Prosseguimento para Vila Real. Jantar temático “Com João de Araújo Correia”. Prova de vinhos e tertúlia sobre a obra de João de Araújo Correia, com acompanhamento musical. Continuação para Sabrosa. Alojamento no Hotel Solar dos Canavarros 3* ou similar.

2º Dia – Sabrosa – S. Martinho D’Anta – Vila Real – Vilarinho de Samardã – Pinhão – Quinta do Panascal – Régua – Porto

Após o pequeno-almoço, partida em direcção a S. Martinho D’Anta. Roteiro Miguel Torga, com os locais de vivência, de escrita e de memória. Prosseguimento para Vila Real, com passagem pela Casa dos Brocas. Evocação a Camilo Castelo Branco. Continuação para Vilarinho da Samardã. Após um almoço “à moda de Camilo”, saída para o Pinhão. Visita à Estação dos Caminhos-de-

ferro, com interpretação dos painéis de azulejos que a decoram. Passeio panorâmico ao longo do Rio Douro até à Quinta do Panascal. Visita áudio à quinta por entre os vinhedos, lagares e adega, ao que se segue uma prova de vinhos do Porto. Regresso ao Porto com passagem pela Régua. Fim da viagem e dos nossos serviços.

Inclui:

- Circuito em autocarro de turismo;
- Viagem de comboio Porto / Aregos;
- Alojamento no hotel mencionado ou similar;
- Pensão completa, excluindo-se o jantar do último dia;
- Bebidas às refeições;
- Acompanhamento durante todo o circuito por nosso representante;
- Guia cultural durante o percurso temático;
- Prova de Vinhos;
- Animação musical ao jantar;
- Taxas hoteleiras, serviços e IVA.
- 9 e 10 de Maio de 2009; 19 e 20 de Setembro de 2009; preço por pessoa
- Exclui:
- Extras de carácter particular e tudo o que não estiver mencionado como incluído.

Valor final: Quarto duplo 175 €

Suplementos: Quarto individual 25 €

Sinal 50 €

Nota: Possibilidade de partida de Lisboa em comboio Alfa Pendular.

Anexo Nº 21: Fundação Eça de Queiroz

(Fonte: www.feq.pt)

A Fundação Eça de Queiroz é uma instituição de utilidade pública administrativa, sem fins lucrativos, que tem como cais de partida a divulgação e promoção nacional e internacional da obra do maior nome do romance português. Estatutariamente a Fundação é composta por um Conselho de Administração, um Conselho Fiscal, um Conselho Cultural e um Conselho de Co-Fundadores.

Os fins da Fundação Eça de Queiroz são culturais, educativos e artísticos e têm em vista:

1. Perpetuar a memória do escritor José Maria Eça de Queiroz, colaborando na divulgação da sua obra e promovendo o estudo da mesma, em Portugal e no estrangeiro.
2. Organizar, manter e, sempre que possível ampliar a biblioteca, o arquivo e museu queirosianos, instalados na sua sede.

3. Promover a realização de conferências, ciclos de estudo ou quaisquer outras manifestações adequadas aos fins em vista, podendo também estabelecer prémios a obras literárias.
4. Contribuir, em geral, para o desenvolvimento cultural da região onde está instalada a sede.

PROGRAMA DE ACTIVIDADES:

1. Intervenção Cultural

1.1. Serviço Educativo da Fundação

1.1.1. Serviço complementar às visitas escolares:

- Apresentação do teatro de papel d' "A Cidade e as Serras";
- Desenvolvimento de atelier sobre instrumentos musicais tradicionais;
- "O Meu Mundo de Eça": atelier de experiência criativa num processo motivado pela leitura;
- Atelier de educação para um consumo responsável;
- Programa de visitas direccionado a alunos do 1º ciclo e pré-escolar que inclui a apresentação do teatro de papel d' "A Cidade e as Serras";
- Apresentação de vídeos e documentários sobre a vida e obra de Eça de Queiroz.

1.2. Actividades Formativas

1.2.1. Curso Internacional de Verão:

- Seminário Queirosiano, coordenado cientificamente pela Prof. Doutora Isabel Margarida de Oliveira Duarte.

1.2.2. Jornadas Queirosianas:

- Jornadas a realizar em Municípios Queirosianos e outras Instituições.

1.2.3. Ciclo de Conferências Internacionais:

- A realizar em diversas universidades estrangeiras, coordenado cientificamente pela Prof. Doutora Marie-Hélène Piwnik.

1.2.4. Colóquio Internacional Queirosiano:

- Coordenado cientificamente pela Prof. Doutora Marie-Hélène Piwnik e pelas Prof. Doutoradas Fátima Marinho e Isabel Margarida Duarte em representação do Conselho Científico da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

1.3. Actividades promocionais e de animação cultural

1.3.1. Concerto de Verão em Tormes:

- Pela Orquestra do Norte, dirigida pelo Maestro José Ferreira Lobo, antecedido de jantar queirosiano.

1.3.2. Teatro:

- Pela Companhia de teatro do Nordeste Transmontano "A Filandorra".

1.3.3. Eventos de promoção e divulgação da Fundação:

- Realização de um jantar queirosiano em Lisboa e Porto.
- Promoção de uma semana de gastronomia queirosiana nos restaurantes de Baião, Resende, Amarante e Cinfães.

1.4. Actividade Editorial

- Edição semestral da revista “Queirosiana”, sob a direcção de Carlos Reis.

1.5. Projecto “e-cultura”

- Fornecimento de informação para o site de divulgação da cultura nacional, promovido pelo Centro Nacional de Cultura.

1.6. Estabelecimento de protocolos e parcerias

- Estabelecimento de uma parceria com o serviço educativo da Câmara Municipal de Baião para promoção, no Concelho de Baião, do projecto “Palcos de Leitura”, onde será apresentado o Teatro de Papel d’ “A Cidade e as Serras”.

1.7. Infra-estruturas/Qualificação de Espaços

- Conservação e reparação patrimonial da Casa de Tormes;
- Conservação e reparação do espaço da eira e beiral.

2. Actividade Turística

2.1. Projecto “Casas para Escritores”

- Estabelecimento de parcerias com Instituições/Empresas;
- Promoção das casas e das iniciativas;
- Edição de brochuras e desdobráveis promocionais.

2.2. Projecto “Promoção da Gastronomia Queirosiana”

- Concepção, execução e instalação de painéis informativos e pedagógicos no espaço museológico da Azenha;
- Edição de brochuras promocionais das ementas queirosianas;
- Promoção do projecto junto dos Professores das Escolas, Agências de Viagem e Promotores Turísticos, etc.

2.3. Projecto “Caminho de Jacinto”

- Estabelecimento de parcerias com Instituições/Empresas;
- Promoção do percurso junto de Escolas, Agências de Viagem, Promotores Turísticos, etc..

2.4. Infra-estruturas/Qualificação de Espaços

- Aquisição de extintores, aquecedores e roupa de cama e banho para a Casa do Lúcio.

3. Desenvolvimento da Actividade Agrícola

3.1. Implementação de uma segunda marca de Vinho

- Lançamento no mercado do vinho “Fundação Eça de Queiroz”.

4. Desenvolvimento da Actividade Comercial

4.1. Promoção e Venda do Vinho “Tormes”

- Acção de lançamento do Tormes 2007 no mercado, dirigida a profissionais do ramo da distribuição e comercialização do vinho;
- Realização de acções promocionais;
- Edição de material publicitário;
- Concepção, execução e instalação de placas indicativas da produção de vinho.

4.2. Produtos promocionais da Casa de Tormes e do Escritor

- Concepção e execução de material promocional: canetas, lápis, puzzles, pins, lápis de cor..., para venda aos jovens visitantes da Fundação.

Anexo Nº 22: Casa Museu de Camilo

(Fonte: <http://www.geira.pt/museus/atrio/index.asp?id=4>)

A casa chamada de Camilo foi construída por Pinheiro Alves, em 1830, quando regressou do Brasil, na posse de avultada fortuna.

A 17 de Março de 1915, um violento incêndio devorou completa e inexplicavelmente a moradia.

Formou-se uma Comissão de Homenagem ao Escritor que adquiriu em 17 de Abril de 1917, a Ana Rosa Correia e filhos, as ruínas e o quintal contíguo, bem como a livraria restante de Camilo, alguns autógrafos, correspondência de amigos e admiradores, mobiliário e objectos diversos.

Na reconstrução, a casa saíria muito adulterada, pois a instalação da escola primária da freguesia de Ceide no rés-do-chão e os requisitos técnicos a que para esse fim teve de obedecer, como a cubagem da sala de aula, alteraram-lhe certas características estruturais, em especial o pé direito e as janelas.

Concluídas as obras, a Comissão de Homenagem entregou à dilidade famalicense a casa reedificada, ficando esta responsável pelos encargos futuros das instituições ali fundadas: a Escola Primária e o Museu Camiliano.

Principais actividades desenvolvidas

No domínio da Documentação e da informação, procede actualmente à construção de bases de dados bibliográficas e documentais camilianas, e à formação de um banco de imagens camilianas, e tem procurado promover a cooperação com outros serviços públicos ou privados que possuam espólio camiliano, de modo a constituir-se um inventário nacional das peças documentais e museológicas relacionadas com o novelista.

No campo de museografia, promove acções tendentes à conservação do conjunto das espécies que formam ou venham a formar o seu património, e, sempre que possível, procede à aquisição de novas espécies, à catalogação, por meios informáticos, das espécies cuja conservação lhe compete, e à exposição das espécies, de forma sistemática.

No domínio da investigação, procura criar condições que conduzam ao estudo e à pesquisa, visando a identificação e conhecimento das espécies, com o objectivo da sua conservação e divulgação, bem como apoiar e promover o estudo e a investigação sobre a vida e obra de Camilo Castelo Branco, facultando para consulta as suas espécies documentais.

No domínio da acção cultural, tem dinamizado as relações com o público, por todos os meios ao seu alcance, designadamente, através de exposições, concertos, colóquios, palestras, conferências, visitas guiadas, e outras iniciativas do seu âmbito; organiza actividades culturais de forma sistemática e regular, em colaboração com estabelecimentos de ensino, associações culturais e profissionais, e demais entidades públicas ou privadas; promove a divulgação das espécies por meios gráficos e audio-visuais, bem como pela publicação dos estudos conduzidos no domínio da investigação. Além de dinamizar o campo editorial dos serviços, pretende que se garanta a continuidade da publicação do Boletim da Casa de Camilo e da Colecção Estudos Camilianos; promove contactos com instituições nacionais e estrangeiras, vocacionadas para fins semelhantes, por forma a enriquecer a qualidade do trabalho desenvolvido pelo museu de acordo com as coordenadas anteriores.

Destinatários das acções

A população escolar, de Famalicão ou de outras localidades, que é formada por estudantes e professores do ensino básico, secundário e universitário, e que constitui o maior conjunto de visitantes do Museu e de utilizadores dos nossos fundos bibliográficos e documentais.

A população do Vale do Ave, ou seja, a população residente ou trabalhadora na área geográfica onde o Museu se encontra. O escritor viveu muitos anos nesta região, que lhe forneceu abundante matéria para o trabalho de criação literária, e nela produziu boa parte da sua obra. A dinâmica que pretendemos imprimir localmente prende-se também com outra ordem de razões: há uma certa identificação das pessoas com os locais se serviram de palco ao imaginário romanesco de Camilo, e isso é uma porta aberta que pode e deve ser aproveitada para incrementar novas acções educativas, se forem criadas as condições que naturalmente permitam fazê-lo.

A população em geral (nacional ou estrangeira): sabemos que Camilo continua a ter um grupo muito grande de cultores e estudiosos, tanto noutras regiões do país, como no estrangeiro, sobretudo nos países de língua oficial portuguesa, e em especial no Brasil.

Em suma, todo o trabalho que queremos promover, é dirigido, não só para o público mais informado e interessado na biografia e na bibliografia camiliana, como também aos que desconhecem a obra do escritor ou, conhecendo-a, não se sentem sensibilizados para a sua compreensão. Compete-nos, pois, alimentar a seiva camiliana, para que os diferentes públicos a quem esta se destina possam encontrar motivos ou interesses renovados para a leitura e estudo da obra do grande ficcionista.

Anexo Nº 23: Casa museu de José Régio

(Fonte: <http://www.geira.pt/cmjoseregio/>)

A Casa de José Régio de Vila do Conde foi adquirida pela Câmara Municipal e aberta ao público em 17 de Setembro de 1975.

Não se trata de um Museu organizado enquanto tal. É a casa que o poeta herdou de sua tia – A Madrinha Libânia –, e que preparou para viver quando se aposentou. É o local onde José Régio expôs algumas das muitas peças que foi recolhendo ao longo da sua vida.

Horário de Funcionamento: Terça a Domingo 10h00-12h30 / 14h00-18h00

- Visitas Guiadas
- Serviço Educativo
- Centro de documentação José Régio
 - Exposições Temporárias
 - Loja
 - Diaporama

Anexo Nº 24: Fundação Eugénio de Andrade

(Fonte: <http://www.fundacaoeugenioandrade.pt/>)

Há uns anos já que aos Domingos, ao princípio da tarde, costumamos encontrar o Eugénio de Andrade num café perto do Jardim de S.Lázaro. Roda de amigos, pequena mas fiel, uma espécie de tertúlia à maneira do Porto antigo, que se junta cedo porque o poeta almoça pelo meio dia.

Em Fevereiro do ano passado, num desses encontros, Eugénio de Andrade falou-nos de um texto que havia escrito – uma espécie de rendição ao Porto. Apesar de nos prevenir de que talvez nãooubéssemos todos na sala, fomos a sua casa, ali ao lado e, durante minutos, ouvimo-lo dizer “um estilo de ser Português”. A leitura, a qualidade do texto, a sua sensível observação do Porto tocaram-nos profundamente. Já na rua, apesar da chuva miudinha, ficámos uma boa meia hora a conversar, sobre o texto, mas também sobre o autor e o espaço em que vive. Comentámos que, noutro país, este homem com esta obra, disporia com certeza de uma casa adequada. Em Portugal fazem-se casas–museus aos mortos. E aí resolvemos meter mãos à obra.

O Eugénio de Andrade precisava de uma casa com espaço para trabalhar, receber os amigos e estudiosos, albergar livros, quadros, cartas e manuscritos. O Porto devia-lhe: escolhera a cidade há quarenta anos para viver, os seus escritos sobre ela são dos melhores que conhecemos. Pensámos, depois, em integrar nessa casa uma instituição para estudo e divulgação da sua obra.

Mercê da boa vontade do Eng. Armando Pimentel, membro da actual vereação da Câmara, conseguimos uma entrevista com o seu Presidente, Dr. Fernando Gomes, que acolheu com entusiasmo a ideia. Também o Eugénio de Andrade, depois de alguma hesitação, acabou por aceitar a fundação que teria o seu nome, com a condição de não fazer parte dos seus corpos gerentes. Pouco tempo depois surgia a casa do Passeio Alegre. Tinha início a Fundação Eugénio de Andrade.

Actividades realizadas: (Página com conteúdo não actualizado desde 2006)

- Encontros com convidados de universidades e críticos literários
- Encontros entre escritores e leitores
- Lançamento e apresentação de revistas e obras literárias
- Leituras de poemas

Anexo Nº 25: Casa Fernando Pessoa

(Fonte: <http://casafernandopessoa.cm-lisboa.pt/index.php?id=2258>)

Inaugurada em Novembro de 1993, a Casa Fernando Pessoa foi concebida pela Câmara Municipal de Lisboa como um espaço público destinado a homenagear Fernando Pessoa e a sua memória na cidade onde viveu e no bairro onde passou os seus últimos quinze anos de vida, Campo de Ourique.

Possuindo um auditório, jardim, salas de exposição, objectos de arte, uma biblioteca exclusivamente dedicada à poesia, além de uma parte do espólio do poeta (objectos e mobiliário que pertenceram ao poeta e que são actualmente património municipal), a Casa Fernando Pessoa é também um pequeno universo polivalente onde, nos seus três pisos principais, se realizam colóquios, sessões de leitura de poesia, encontros de escritores, conferências temáticas, workshops, exposições de artes plásticas, sessões de apresentação de livros, ateliers para crianças, visitas guiadas, numa programação o mais possível diversificada.

Horário: De Segunda a Sábado, das 10h00 às 18h00

Encerra aos domingos e feriados; Entrada livre; Possibilidade de visitas guiadas

Anexo Nº 26: Casa-Museu Miguel Torga

(Fonte: <http://www.cm-coimbra.pt/cmmtorga/mtorga.htm>)

Deliberações camarárias do Executivo Municipal de Coimbra, de 22.12.2004 e 09.10.2004, com aprovação na Assembleia Municipal de Coimbra, de 30.10.2004, justificam que o Município adquirisse a casa onde viveu Miguel Torga, sito na Praceta Fernando Pessoa, nº3, em Coimbra, pela importância de 324.480 Euros.

O imóvel passou a designar-se por "Casa-Museu Miguel Torga" e o recheio que foi pertença e do uso do escritor foi cedido à Câmara Municipal por Clara Rocha (filha) e entregue ao Município de Coimbra, na pessoa do seu Presidente, Carlos Encarnação.

O acervo documental que permanece na Casa-Museu é constituído por livros da biblioteca de Torga, onde se encontram algumas primeiras edições de obras de sua autoria, outras publicadas antes da sua morte ou a título póstumo. De entre a bibliografia passiva, edições de vários autores que escrevem sobre Miguel (em vida e a título póstumo); outras obras autografadas por escritores seus contemporâneos, a título de exemplo, José Régio, Eugénio de Andrade, Sophia de Mello Breyner Andresen ou Edmundo de Bettencourt. Presentes, ainda, artigos de Imprensa, poemas manuscritos e dactiloescritos.

De entre os objectos pessoais, destaque para a máquina de escrever, uma caneta, correspondência diversa, objectos de identificação pessoal e o espólio fotográfico e fonográfico de que usufruía Miguel Torga. Do médico, registre-se um estetoscópio, diplomas e o Livro da Queima das Fitas dos Quartanistas de Medicina (Maio de 1932).

A Casa-Museu Miguel Torga passará a ter actividades culturais ligadas à vida e obra de Miguel Torga e a outros vultos das Letras, das Artes e das Ciências, exemplo de colóquios, conferências, palestras, debates, reuniões científicas e exposições, sendo um espaço de animação cultural, com uma programação regular, indo ao encontro de um espírito aberto que responde às várias facetas da vida e obra do escritor. Poderá abrir-se a representações teatrais e fílmicas logo que se cumpra a segunda parte do projecto - o Centro de Estudos Torguianos - com a construção de um pequeno auditório e outras valências.

A Casa-Museu Miguel Torga terá uma responsável, Conservadora, tendo sido designada para o efeito Cristina Robalo Cordeiro, vice-reitora da Universidade de Coimbra.

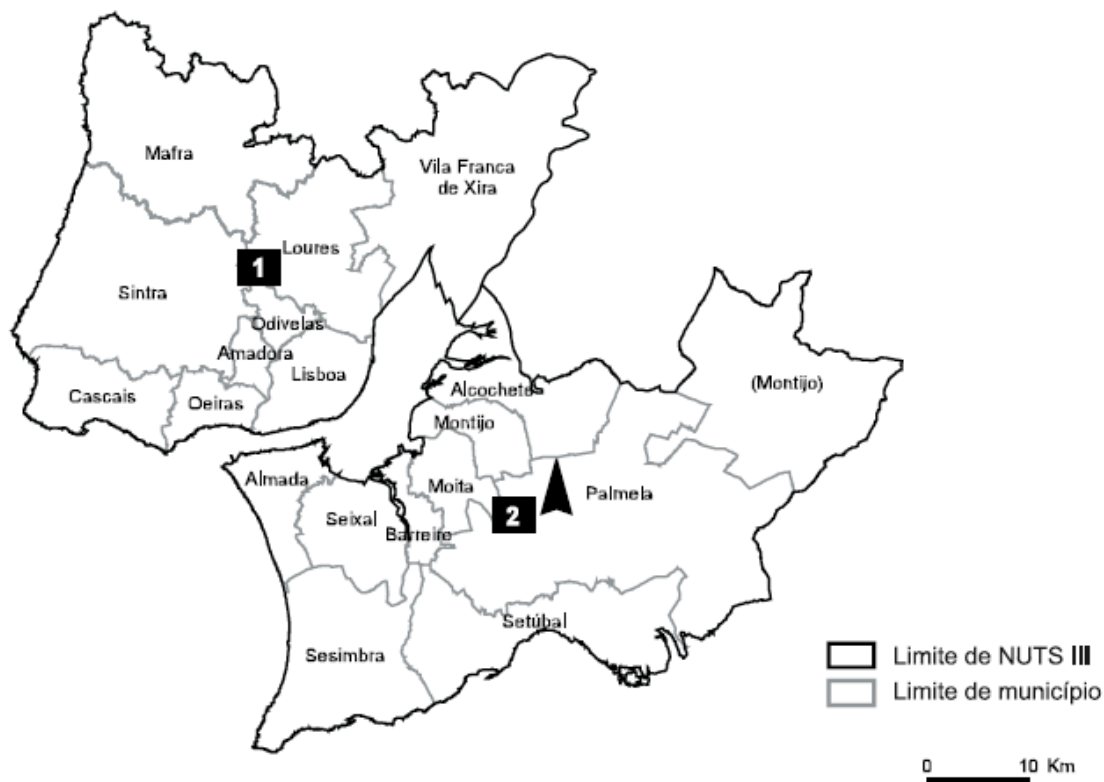
Horário

- Segunda a Sexta: 14h30-18h00
- Sábado: Abertura, mediante marcação prévia, desde que seja para um número mínimo de 10 visitantes)
- Informações: 239 781 345 / 239 702 630

Entradas

- Geral - 1€
- Grupos (Min. 10 pessoas) - 0.50€
- Escolas / Estudantes - Gratuito

Anexo Nº 27: Divisão territorial da Região Lisboa (NUT II): NUT III e municípios
(INE, 2008)



- 1 Grande Lisboa**
2 Península de Setúbal

Anexo Nº 28: Freguesias do Concelho de Sintra

Freguesias do Concelho de Sintra	
Aqualva	Montelavar
Algueirão – Mem Martins	Queluz
Almargem do Bispo	Pêro Pinheiro
Belas	Rio de Mouro
Cacém	Santa Maria e São Miguel
Casal de Cambra	São João das Lampas
Colares	São Marcos
Massamá	São Martinho
Mira-Sintra	São Pedro de Penaferrim
Monte Abraão	Terrugem

Anexo Nº 29: Definições do Património Cultural na Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural

(UNESCO, s/d)

Para fins da presente Convenção serão considerados como património cultural:

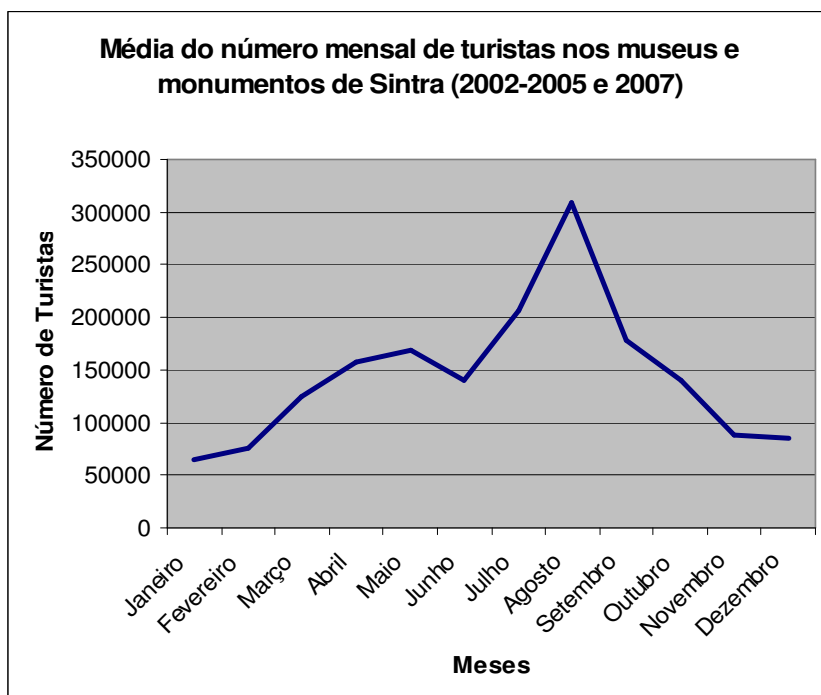
Os monumentos. – Obras arquitectónicas, de escultura ou de pintura monumentais, elementos de estruturas de carácter arqueológico, inscrições, grutas e grupos de elementos com valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência;

Os conjuntos. – Grupos de construções isoladas ou reunidos que, em virtude da sua arquitectura, unidade ou integração na paisagem têm valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência;

Os locais de interesse. – Obras do homem, ou obras conjugadas do homem e da natureza, e as zonas, incluindo os locais de interesse arqueológico, com um valor universal excepcional do ponto de vista histórico, estético, etnológico ou antropológico.

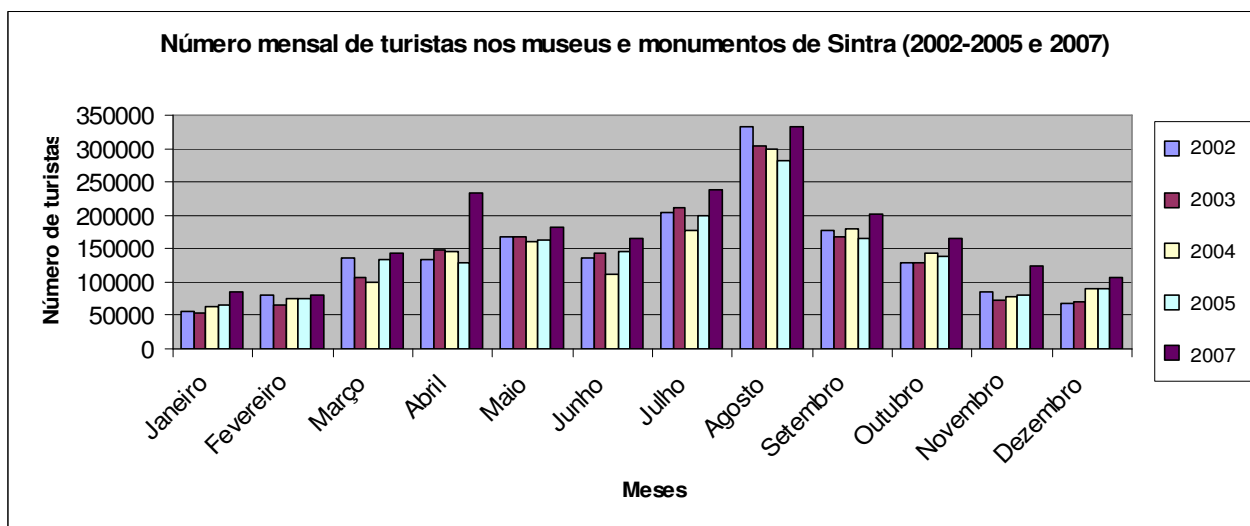
Anexo Nº 30: Média do número mensal de turistas nos museus e monumentos de Sintra (2002-2005 e 2007)¹

(Divisão do Turismo, comunicação pessoal, 7 de Abril de 2009)



Anexo Nº 31: Número mensal de turistas nos museus e monumentos de Sintra (2002-2005 e 2007)²

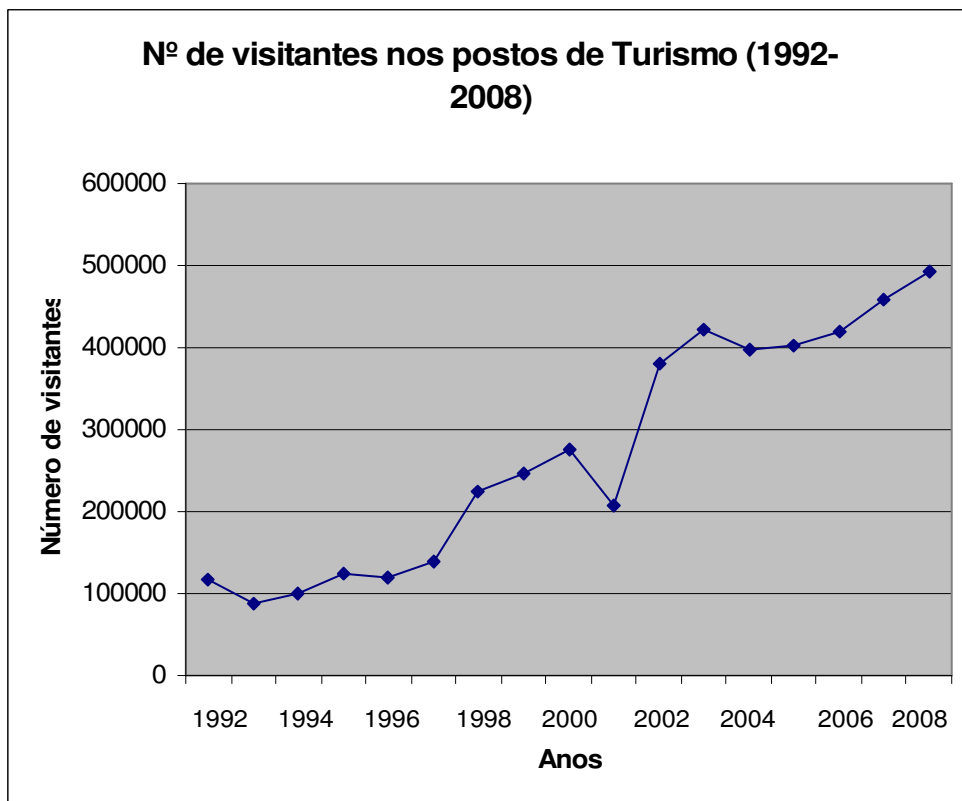
(Divisão do Turismo, comunicação pessoal, 7 de Abril de 2009)



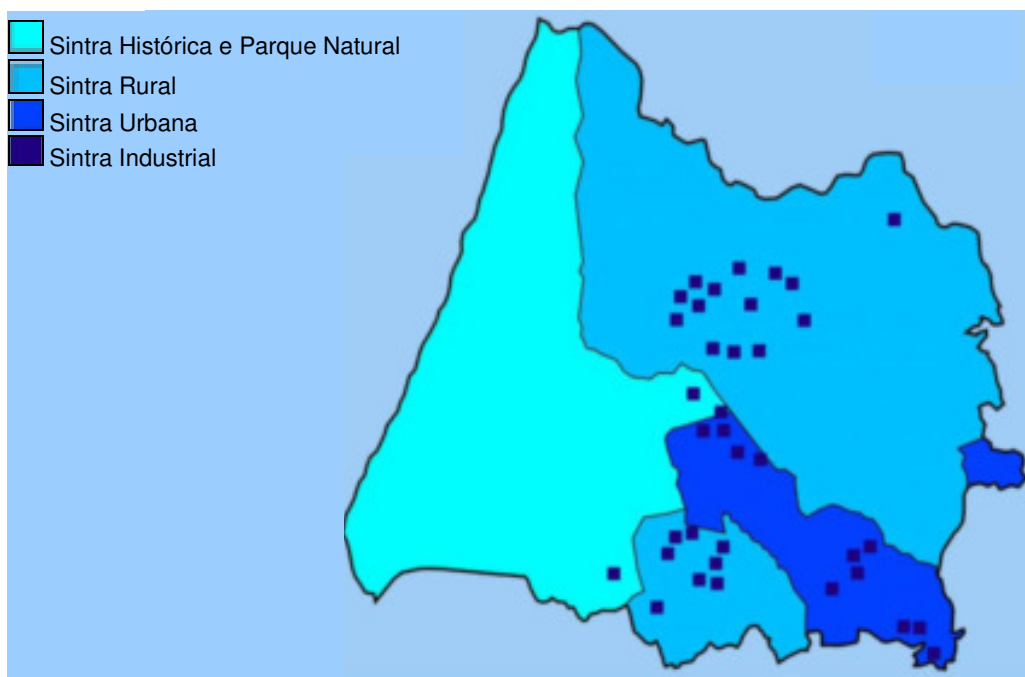
¹ Não foram disponibilizados os dados relativamente a 2006.

² Não foram disponibilizados os dados relativamente a 2006.

Anexo Nº 32: Número de visitantes nos postos de turismo (1992-2008)
 (Divisão do Turismo, comunicação pessoal, 7 de Abril de 2009)



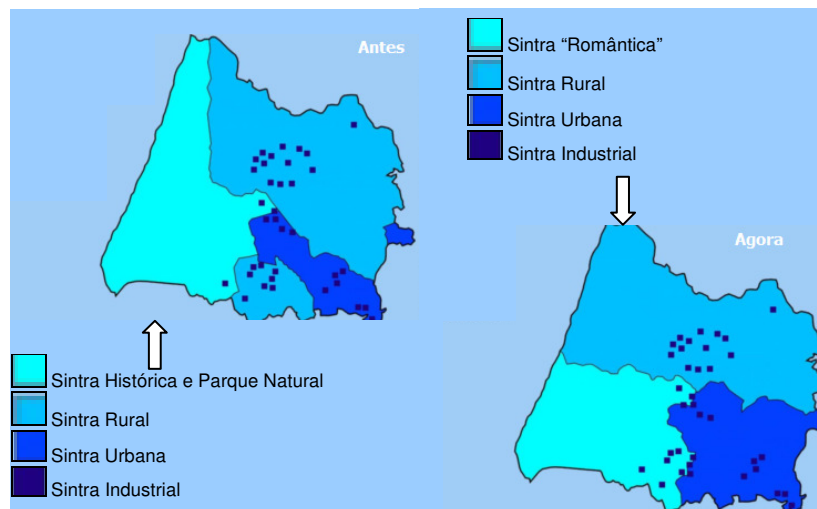
Anexo Nº 33: As “Quatro Sintras”
 (GANEC, 2005a)



**Anexo Nº 34: Vector estratégico Dinamizar a Economia e Criar Emprego
(GANEC, 2006)**

- Aumentar a produtividade e a competitividade empresarial:
 - Incentivar a exploração das economias de aglomeração/vizinhança;
 - Integrar a economia da AML, atraindo para Sintra as fases produtivas geradoras de maior valor acrescentado;
 - Incentivar o Empreendedorismo;
 - Incentivar a criação de empresas inovadoras e competitivas;
 - Criar uma Agência de Inovação e Competitividade, numa lógica de parceria público-privado;
 - Captar e incentivar investimento produtivo;
 - Criar redes de comercialização e de apoio às empresas;
 - Criar redes entre agentes públicos e privados;
 - Facilitar a informação sobre ajudas às empresas e/ou sobre aspectos técnicos e de mercado;
 - Criar entidade certificadora e promotora dos produtos sintrenses.
- Aumentar a visibilidade de Sintra:
 - Desenvolver um plano de marketing territorial;
 - Criar a marca SINTRA (para produtos agrícolas, industriais e serviços);
 - Criar e desenvolver espaços e eventos de promoção (feiras, congressos, festivais);
 - Fomentar sinergias entre produtos de Marca Sintra (*umbrella brand*).
- Dinamizar os *mega-clusters* do Habitat, da Agro-indústria, da Saúde/Ciências da Vida, do Turismo/ Lazer e da Cultura/Indústrias Criativas:
 - Identificar recursos e meios – Sintra e AML;
 - Elaborar Directório de empresas e instituições – Sintra e AML;
 - Criar *Taskforce* para cada um dos *mega-clusters* – coordenação pela Agência de Desenvolvimento;
 - Comité de Acompanhamento para monitorizar processo de implementação dos *mega-clusters*;
 - Incentivar criação de redes e de projectos comuns;
 - Cooperação entre empresas a diversos níveis;
 - Captação focalizada de IDE;
 - Actividades de I&D em consórcio;
 - Parcerias entre Universidade/Institutos de Formação e Empresas;
 - Formação dos recursos humanos do concelho em perfis profissionais adequados aos *mega-clusters*;
 - Formação de empreendedores nas diferentes áreas dos *mega-clusters*;
 - Pós-graduações nas áreas dos *mega-clusters*;
 - Triplicar o volume de vendas.

Anexo Nº 35: Redefinição das "Quatro Sintras"
(GANEC, 2005b)



Anexo Nº 36: Estratégias para optimização de Sintra enquanto produto turístico
(GANEC, 2006)

Sintra produto turístico único

- Turismo não massificado assente na segmentação do mercado
 - Campanha de promoção de atracções turísticas fora da Vila
 - Recuperar antigos hotéis
 - Criar rede de quintas e hotéis de charme que possua uma estrutura comum para actividades de *BackOffice*
 - Criar unidades hoteleiras de média dimensão em zonas periféricas à Vila de Sintra
 - Casas e quintas na Vila para turismo de habitação
 - Parques de campismo e de caravanismo
 - Criar mais Pousadas de Juventude
 - Aplicar regime de reservas nos espaços turísticos sobreutilizados
- Apostar no turismo cultural, de lazer e desportivo
 - Desenvolver uma campanha de Marketing junto aos operadores turísticos internacionais
 - Criar e promover roteiros turísticos
 - Dinamizar desportos aquáticos e radicais
 - Criar restauração nas zonas balneares e na Vila
 - Abrir caminhos na Serra para percursos pedonais e a cavalo
 - Dinamizar festival de música de Verão em Sintra
 - Alargar horário de funcionamento de museus e património histórico aberto ao público

- Vila como pólo turístico e não como centro administrativo
 - Deslocar a estrutura camarária para a área mais populosa do Concelho
 - Aproveitar edifícios camarários para outros fins
- Melhorar as condições estruturais de acesso
 - Concurso de ideias a nível da circulação interna
 - Criar bolsas externas de estacionamento servidas por transporte que proporcione acesso ao centro
 - Criar carreira de transporte público rodoviário entre a Portela e as áreas históricas e culturais destinada a fins turísticos
 - Limitar o tráfego ao centro histórico nos picos de procura turística, com excepção de residentes e cargas e descargas
 - Melhorar e uniformizar do sistema de sinalética nos pontos turísticos
 - Apertar a fiscalização ao estacionamento ilegal

Anexo Nº 37: Opções Estratégicas do Plano de Gestão da Paisagem Cultural de Sintra

(CMS, 2005)

O PGPCS pretendeu dar resposta a treze (13) objectivos principais:

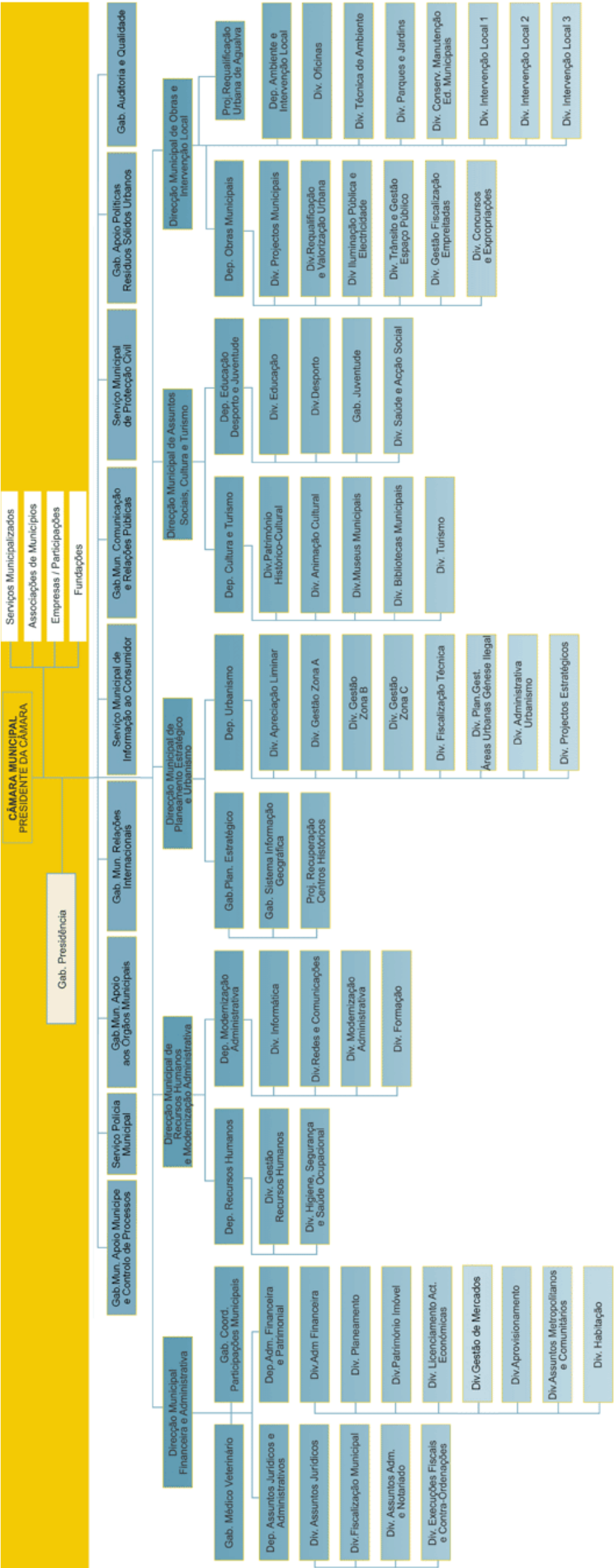
- Garantia da continuidade e sustentabilidade do desenvolvimento integral de Sintra, aplaudindo o potencial do turismo como contributo para viabilizar as áreas históricas;
- No contexto socioeconómico maximizar o potencial da herança cultural como condutor do desenvolvimento económico e social e maximizar também o impacto conhecido sobre a economia de Sintra e da sua região face à presença de um património mundialmente reconhecido;
- Coordenar o sistema de relações entre as diversas entidades envolvidas na gestão da Zona Inscrita e da área envolvente;
- Promover o ordenamento territorial, o planeamento e a gestão do património;
- Promover e organizar no tempo a recuperação do Património degradado;
- Divulgar o património de Sintra no mundo, tornando-se mais universal, dando relevo à herança tangível e intangível e dar a Sintra um papel de líder na gestão das paisagens culturais;
- Criação do centro documental respeitante à "Paisagem Cultural de Sintra";
- Promover o turismo cultural e de qualidade e organizar melhor o turismo para maximizar limitando os efeitos perversos;
- Dinamizar actividades económicas que possam permitir a qualificação da imagem de Sintra e fazer beneficiar as actividades específicas de região face à presença do património;
- Captar novos sectores e agentes económicos vocacionados para a promoção e conservação do património;
- Desenvolver um sentido de pertença nos vários actores locais, assegurando a sua participação e envolvimento;

→ Evidenciar um pólo de desenvolvimento cultural no norte da Zona Tampão, particularmente desfavorecida, de forma a melhor aproveitar os benefícios do turismo na Região.

Anexo Nº 38: Guião da entrevista junto da entidade organizadora do Roteiro Queirosiano em Sintra (Divisão do Património Histórico-Cultural do Departamento de Cultura e Turismo da Câmara Municipal de Sintra)

1. Qual o objectivo deste itinerário?
2. Quais as entidades envolvidas neste Roteiro?
3. Qual o público-alvo?
4. Qual a época alta e época baixa do Roteiro?
5. Como se pode participar neste Roteiro? Qual o custo?
6. O que pensa do alargamento deste Roteiro a outro tipo de público? (ex. Turistas de Congressos, estrangeiros...)
7. Turismo leva à “plastificação” da cultura? O aproveitamento turístico deste itinerário poderia levar à perda de qualidade ao nível dos conteúdos?
8. Qual a sua opinião relativamente à integração de actividades mais lúdicas no Roteiro (teatros, representações...)?
9. Poderá haver algum benefício devido à associação do Turismo com a cultura? Essa relação poderá ter mais aspectos positivos ou negativos?
10. A Cultura é importante para o Turismo? Em que medida?
11. O que pensa do envolvimento de outras entidades com fins lucrativos no Roteiro (ex. Hotel Lawrence)?
12. O que pensa do envolvimento de outras entidades sem fins lucrativos no Roteiro (Associações culturais e recreativas...)?
13. Na sua opinião, o que diferencia Sintra de outros destinos ao nível turístico?

Anexo Nº 39: Organograma da Câmara Municipal de Sintra
(CMS, s/d b)



Anexo Nº 40: Guião das entrevistas (Grupo Tivoli Hotels & Resorts; Parques de Sintra – Monte da Lua; Associação Cultural Voando em Cynthia; Sintratur; Fábrica das Verdadeiras Queijadas de Sintra; Lawrence's Hotel, Centro Cultural Olga Cadaval)–

1. Apresentação da entidade
2. Público-alvo
3. Procurada por que tipo de turistas?
4. Procura atrair os segmentos de turistas de negócios? Há infra-estruturas para a realização de reuniões, congressos?
5. Época alta e época baixa
6. A entidade está envolvida nalgum roteiro turístico e/ou cultural?
7. Que vantagens e/ou desvantagens poderão advir da associação desta entidade a um roteiro?
8. Com que entidades é que esta entidade estabelece relações?
 - a. Atracções turísticas
 - b. Entidades públicas (Câmara, Posto de Turismo...)
 - c. Empresas privadas (hotéis, restaurantes, serviços de transporte...)
 - d. Associações sem fins lucrativos (associações culturais e recreativas...)
9. Tem alguma opinião sobre o Roteiro Queirosiano actualmente em vigor? Já ouviu falar dele?
10. Quais as vantagens/desvantagens que poderiam advir duma ligação desta empresa/associação/atracção a um itinerário literário queirosiano?
11. O que pensa da relação entre Turismo e Cultura?
12. O que diferencia esta entidade da concorrência?
13. O que diferencia Sintra de outros destinos?

Anexo Nº 41: Folheto principal do itinerário *Sintreando com Eça*

“O quê! O maestro não conhecia Sintra?... Então era necessário ficarem lá, fazer as peregrinações clássicas, subir à Pena, ir beber água à fonte dos Amores, barquejar na Várzea (...)” *Os Maias*, Eça de Queirós.

O quê! Também não conhece Sintra? Ou conhece mas quer desfrutar de uma perspectiva diferente sobre a paisagem, e seguir os passos de Carlos da Maia e do maestro Cruges pela Vila? Conseguirá encontrar Maria Eduarda?

Envolto no misticismo da serra ouça os ecos dos suspiros do velho Alencar, junto a uma pequena cascata, recordando os amores da sua juventude:

“Vieste! Cingi-te ao peito.

Em redor que noite escura!

Não tinha rendas o leito,

Não tinha labores na barra

Que era só a rocha dura...

Muito ao longe uma guitarra

Gemia vagos harpejos...

(Vê tu que não me esqueceu)...

E a rocha dura aqueceu

Ao calor dos nossos beijos!”

...”. Suba até Seteais, ouça os “sete ais” proferidos pela princesa moura apaixonada que ao sétimo “ai” morreu, ou os “mil ais” soltados por Alencar nesse penedo outrora “ninho de amores” e agora tão somente “cemitério”.

Visite o solitário e romântico Palácio da Pena, com a sua “torre esbelta perdida no mar, e as cúpulas brilhando ao sol como se fossem feitas de ouro...”.

Deixe-se engolir pela eterna gula das chaminés do Palácio da Vila ou deixe-se levar pela gula e saboreie um delicioso *bacalhau à Alencar* no Lawrence ou siga até Colares para desfrutar do vinho de Colares, com o qual Dâmaso queria cativar o seu tio Guimarães, o “amigo de Gambetta”.

Com o desaparecimento do Hotel Nunes, por onde andarão o Eusebiozinho, o Palma Cavalo e as duas espanholas? Onde os poderá encontrar em Sintra?

Para o itinerário ficar completo...“não se esqueça das queijadas!”...

Pode fazer este itinerário individualmente, seguindo as indicações nos folhetos, ou solicitando um áudio-guia em qualquer posto de Turismo (mediante um pagamento de €2). Em alternativa, poderá adquirir um dos pacotes disponíveis nos Postos de Turismo ou em qualquer uma das entidades envolvidas (consultar tabela): No Rasto de Carlos da Maia, Geração de 70 ou Ninho de Amores. Estes pacotes podem ser ajustados às necessidades de cada grupo.

Contactos – Sintreando com Eça: Itinerário Queirosiano				
Contactos Institucionais	O que visitar?	O que fazer?	Onde dormir?	O que comer?
Sintreando com Eça Queirosiano <i>Inserir contactos</i>	<p>Palácio Nacional da Pena <i>O mais conhecido Palácio romântico português</i> 2710-001 Sintra, Portugal Tel: 21 910 53 40 Fax: 21 910 53 41</p> <p>Parques de Sintra – Monte da Lua <i>Empresa gestora do Palácio e Parque da Pena, Palácio e Parque de Monserrate, Castelo dos Mouros e Convento dos Capuchos</i> <i>Parque de Monserrate</i> 2710-405 Sintra, Portugal Tel: 21 923 73 00 Fax: 21 923 73 50 E-mail: info@parquesdesintra.pt Website: http://www.parquesdesintra.pt</p>	<p>Sintratur – Aluguer de Trens, Lda <i>Aluguer dos tradicionais trens puxados por cavalos</i> Rua João de Deus 82 - Sintra 2710-579 SINTRA Tel: (+351) 219241238 Fax: (+351) 219240546 E-Mail : geral@sintratur.com http://www.sintratur.com/</p>	<p>Lawrence's Hotel ***** <i>A unidade hoteleira mais antiga da Península Ibérica</i> Rua Consiglieri Pedroso 38-40 2710-550 Sintra Portugal Tel: (+351) 219 105 500 Fax: (+351) 219 105 505 E-Mail: geral@lawrenceshotel.com Website: http://www.lawrenceshotel.com</p>	<p>Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa <i>Primeira casa a comercializar as famosas Queijadas de Sintra</i> Volta do Duche, 12 – Sintra 2710 Sintra Tel: 21 9230493</p>
<p>Câmara Municipal de Sintra Largo Dr. Virgílio Horta 2714-501 Sintra Telefone: (+351) 219 238 500 Fax: (+351) 219 238 657 E-Mail: geral@cm-sintra.pt Website: http://www.cm-sintra.pt</p>	<p>Palácio Nacional de Sintra (Palácio da Vila) <i>Edificado ao longo de sucessivas épocas, as suas duas grandes chaminés são o ex-libris de Sintra</i> Largo Rainha D. Amélia 2710 Sintra Tel: +351 219 106 840 +351 219 106 841 Fax: +351 219 106 851 E-Mail: pnsintra@ippar.pt Website: http://www.ippar.pt/monumentos/palacio_sintra.html</p>	<p>Centro Cultural Olga Cadaval <i>Espaço destinado a espectáculos de Dança, Teatro, Ópera, sessões de cinema e congressos.</i> Praça Dr. Francisco Sá Carneiro 2710-720 Sintra Tel: (+351) 21 910 7110 Fax: (+351) 21 910 7115 E-Mail: ccogacadava@sintraquorum.pt Website: http://www.ccogacadaval.pt/</p>	<p>Hotel Tivoli Palácio de Seteais ***** <i>Palácio neoclássico do século XVIII</i> Rua Barbosa do Bocage, 10 2710-517 Sintra GPS: N 38º 47' 45,95", W 9º 23' 56,54" Tel: (+351) 21 923 32 00 Fax: (+351) 21 923 42 77 E-Mail: reservas.hps@tivolihotels.com Website: http://www.tivolihotels.com/hoteis-ugal/destino/sintra/hotel-palacio-seteais/lista.aspx</p>	<p>Coisas do Vinho – Arte e Festas, Lda. Adega Regional de Colares <i>Visitas guiadas e provas do vinho de Colares</i> Alameda Coronel Linhares de Lima, 24 a 32 2705-135 Colares Tel: +351 219 282 733 Fax: +351 219 282 735 E-Mail: coisasdovinho@coisasdovinho.pt Website: http://www.coisasdovinho.pt</p>

Contactos Institucionais	O que visitar?	O que fazer?	Onde dormir?	O que comer?
	<p>Quinta da Regaleira <i>Monumento de inspiração alquímica e um dos mais surpreendentes da Serra de Sintra. Espaço gerido pela Fundação Cultursintra.</i> Quinta da Regaleira, 2710-567 Sintra Tel: (+351) 21 910 66 56 Reservas: (+351) 21 910 66 50 E-Mail: regaleira@mail.telepac.pt Website: http://www.cultursintra.pt</p>	<p>Voando em Cynthia <i>Associação Cultural sem fins lucrativos que tem como objectivos a arte, a educação, a animação, a ecologia, entre outras práticas alternativas.</i> Tlm: (+351) 912321476 (+351) 966944777 E-Mail: voandocynthia@gmail.com Website: http://voandocynthia.blogspot.com</p>	<p>Hotel Tivoli Sintra **** <i>Antigo Hotel Nunes</i> Praça da República 2710-616 Sintra GPS: N 38º 47' 51,28", W 9º 23' 30,59" Tel: (+351) 21 923 72 00 Fax: (+351) 21 923 72 45 E-Mail: reservas.hts@tivolihotels.com Website: http://www.tivolihotels.com/hoteis-portugal/destino/sintra/hotel-sintra/lista.aspx</p>	

Anexo Nº 42: Brochura descritiva do Itinerário Queirosiano (versão encurtada)

Siga os passos de Carlos da Maia e Cruges em Sintra!

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
Hotel Nunes (hoje Hotel Tivoli Sintra)	<p>O Hotel Nunes está ligado “às faces mais deletérias das personagens de <i>Os Maias</i>”, sendo um local para onde se vinha “em pândega” (Rodil, 2001: 51).</p> <p>Carlos decide ficar alojado com Cruges neste hotel. No entanto, mal passam a sala de jantar do mesmo, logo encontram o Eusebiozinho da Silveira, “franzino e acanhado”, que desde pequeno se intimidava com a figura de Carlos da Maia, e o Palma Cavalão, “gordo, baixo e sem pescoço”, ambos acompanhados por duas prostitutas espanholas. Como Eusebiozinho negou estar com as prostitutas, dizendo estar apenas a acompanhar o amigo Palma, desperta a ira de Lola, que faz logo ali uma grande cena para o obrigar a admitir que ele era o homem dela. A Eusebiozinho resta apenas ir até ao seu quarto pedir perdão de joelhos, tal como um bom cavalheiro.</p> <p>Ficamos ainda a saber que o Sr. Carlos da Maia também tem “experiência com espanholas”...</p> <p><i>Com o desaparecimento do Hotel Nunes, por onde andarão estas quatro personagens?</i>³</p>	<p>O Hotel Nunes foi demolido em 1973-4, sendo erigido no seu lugar o actual Hotel Tivoli Sintra. No século XIX “não seria propriamente a mais recatada das estalagens sintrianas” (Rodil, 2000: 51).</p>

³ Actores vestidos destas personagens aparecem de forma imprevista, actuam alguns minutos, e desaparecem, podendo aparecer várias vezes ao longo do itinerário. Os actores nunca aparecem no mesmo momento em diferentes grupos, para que haja um efeito surpresa, mesmo para aqueles que já ouviram falar sobre o itinerário.

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
Praça (hoje Praça da República)	A caminho do Lawrence, para saber se Maria Eduarda estava em Sintra, Cruges e Carlos atravessam a praça: “Na praça, por defronte das lojas vazias e silenciosas, cães vadios dormiam ao sol: através das grades da cadeia, os presos pediam esmola. Crianças, enxovalhadas e em farrapos, garotavam pelos cantos; e as melhores casas tinham ainda as janelas fechadas, continuando o seu sono de Inverno, entre as árvores já verdes”.	Nesta época, as ruas apresentavam-se ainda pouco movimentadas. A Praça era o local de mercado da Vila e onde as vendedeiras apregoavam os seus produtos. De um lado estava a Alpendrada, o local de comércio por excelência da vila, existente desde o início do século XIV pelo menos, mas demolido em 1893, e do outro lado estavam a Torre do relógio e a Cadeia – hoje, o edifício dos correios (Rodil, 2000). Desconhece-se a data de construção da Torre do Relógio. Foi danificada pelo terramoto de 1755, apresentando por isso uma traça pombalina. Para além de dar as horas, servia também para chamar o povo em caso de sinistro, necessidade política ou quando algum preso se evadia (Reis & Helena, 2005).
Lawrence’s Hotel	De “fachada banal” mas com “o ar mais simpático”, segundo Cruges. Numa janela estava “um par de botinas de duraque secando ao sol”, que Carlos imaginou que pudessem ser de Maria Eduarda. No final do dia, Carlos e Cruges, que entretanto encontraram Alencar, reúnem-se de novo no Lawrence, onde Alencar decide brindar os rapazes com um <i>bacalhau à Alencar</i> : “Porque, lá isso, rapazes, versos os farão outros melhores; bacalhau, não!” O <i>bacalhau à Alencar</i> foi um sucesso e, segundo consta, foi bastante bem regado com vinho de Colares. Perante o espalhafato de Alencar, entusiasmado com as suas próprias palavras, “dois ingleses, correctos nos seus fraques negros”, “pasmavam com um ar embaraçado a que se misturava desdém”. Alencar não terá gostado dos britânicos: “-E se aqueles ingleses continuam a embasbacar para mim, vai-lhes um copo na cara, e é aqui um vendaval, que há-de a Grã-Bretanha ficar sabendo o que é um poeta português!...”. <i>Sugerimos também uma visita à Adega de Colares</i>	O Hotel Lawrence foi a primeira unidade hoteleira da Península Ibérica e uma das mais antigas da Europa. Em funcionamento desde 1764, pertença de uma família inglesa, os Lawrence Oram, que imprimiram ao hotel o requinte e o ambiente que lhe conferiu créditos, este adquiriu grande notoriedade após a estadia de Lord Byron em 1809 e, sobretudo, com a gerência da dinâmica Jane Lawrence Oram, a “velha Lawrence”, que Eça imortalizou em <i>Os Maias</i> . O hotel mudou várias vezes de proprietário e de nome até que, em 1989, foi adquirido pela família holandesa Bos que inicia a sua recuperação. A 21 de Maio de 1999 abriu ao público, de volta ao seu nome original. Dispõe de 11 quartos e 5 suites. A decoração é bucólica e romântica, de carácter único (Reis & Helena, 2005).

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
<p>Do Lawrence ao Palácio de Seteais pela Estrada dos Pisões (hoje Rua Almeida Garrett)</p>	<p>Cruges e Carlos da Maia seguiam por esta estrada quando, envolto numa nuvem de pó, eis que aparece o romântico poeta Tomás de Alencar atrás de uma carruagem onde Carlos esperava ver Maria Eduarda, mas onde vinha apenas um casal de ingleses. O poeta abraça “os rapazes” de forma efusiva e decide partir com eles para Seteais. Antes de prosseguirem o passeio, Alencar declama um poema a propósito dos amores que aí viveu:</p> <p>“Quantos luares eu lá vi? Que doces manhãs d’Abril? E os ais que soltei ali Não foram sete mas mil!”</p> <p>Para Alencar, Sintra era um “ninho de recordações. Ninho? Devia antes dizer cemitério...”. “A situação geográfica de Sintra, em relação a Lisboa, cuja distância a colocava, simultaneamente, perto e longe da capital, aliada à sua beleza natural, faziam da vila um local predilecto para encontros amorosos fora das vistas da sociedade, verdadeiros <i>jogos de damas</i> disputados entre os hotéis, as ruelas labirínticas do centro urbano, e as quintas fidalgas em redor” (Rodil, 2000: 56).</p>	<p>Ir do Lawrence a Seteais era como que “uma peregrinação obrigatória” na época (Rodil, 2000: 55). Carlos e Cruges estavam provavelmente sentados junto ao local onde provavelmente já existia uma pequena cascata, mandada construir por Daniel Gildemeester, cônsul holandês em Portugal, no último quartel do século XVIII.</p>

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
Palácio de Seteais e Penedo da Saudade	<p>“Aquilo é sítio muito meu, filhos! Não há ali árvore que não me conheça...” – diz Alencar, referindo-se a Seteais. Contudo, perante o estado de abandono em que a residência então se encontrava, como que “amuada com a vida”, deixando-se “morrer voluntariamente naquela verde solidão”, Cruges expressa o seu desânimo. No entanto, o maestro ficou triunfante ao deparar-se com “um montão de penedos, polidos pelo uso, já com um vago feitio de assentos deixados ali outrora, para dar ao terraço uma graça agreste de selva brava”, o Penedo da Saudade. Já Alencar emudeceu de emoção durante breves momentos, ao ser assaltado por recordações dos amores que ali vivera, que relembra através dos seguintes versos:</p> <p>“Vieste! Cingi-te ao peito. Em redor que noite escura! Não tinha rendas o leito, Não tinha labores na barra Que era só a rocha dura... Muito ao longe uma guitarra Gemia vagos harpejos... (Vê tu que não me esqueceu)... E a rocha dura aqueceu Ao calor dos nossos beijos!”</p> <p>“Emocionado, de lenço branco na mão, Alencar atirou para os penedos um gesto melancólico e triste e rematou: “-Foi ali”. De igual modo, Cruges “que aqueles romantismos impressionavam, ficou a olhar para os penedos como para um sítio histórico (Rodil, 2000: 59-60).</p>	<p>O Palácio foi comprado “pelo cônsul holandês, Daniel Wildemeister, em 1738. Quatro anos mais tarde é inaugurada a ala oriental do Palácio. Em princípios do século XIX, o palácio foi adquirido pelo quinto Marquês de Marialva, D. Diogo Vito, erguendo-se então a ala ocidental, em tudo igual à já existente (...). Depois, por força da visita do príncipe herdeiro D. João, futuro rei de Portugal, construiu-se o arco do triunfo que liga as duas alas” (Reis & Helena, 2005: 45)</p> <p>“De traça neoclássica, o edifício e a quinta viveram os seus momentos áureos no início do século XIX, quando estavam na moda os vestidos de anquinhas. O horror romântico às linhas direitas e aos espaços amplos da mentalidade romântica afigura-se como uma das prováveis causas para o estado de abandono em que a residência se encontrava nos finais do século XIX (Rodil, 2000).</p> <p>Sobre a origem do topónimo “Seteais”, cuja composição sugere a ligação entre “sete” + “ais”, existem as mais variadas lendas. Para além de se dizer que um “ai” gritado da entrada se repete em eco sete vezes (Rodil, 2000), existe ainda a ancestral lenda do Penedo da Saudade: “em 1147, ainda no tempo em que os mouros dominavam, estes pediram aos cristãos, aquando da sua rendição, que lhes fosse permitido viver nos arredores da localidade. Na época vivia no castelo uma princesa moura chamada Anasir a quem alguém profetizara que morreria quando exclamasse sete vezes “ai”. Ao tentar fugir e ao ser surpreendida pelo cavaleiro português exclamara o primeiro “ai”, sucedendo os restantes conforme os perigos que corra. O sexto “ai” surgiu quando o seu apaixonado teve que sair por ordem do rei em missão. Eis que entretanto chega o seu antigo noivo mourisco, que fugira aquando da conquista de Sintra. Sedito de vingança, primeiro matou a aia de Anasir, ao que esta exclamou o sétimo “ai”, concretizando-se assim a profecia. O seu antigo noivo trespassou-lhe o coração com uma alfange.” (Reis & Helena, 2005: 45).</p> <p>Mas a razão histórica parece ser outra: antes de a vivenda existir, cultivava-se naqueles campos o centeio. Daí <i>Campo de centeais</i>, que, por corruptela, fez surgir Seteais (Rodil, 2000).</p>
No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
Palácio da Pena	Carlos, Cruges e Alencar não chegam a visitar o Palácio da Pena, mas o	O Palácio da Pena é a mais importante obra do Romantismo em

	<p>autor pinta com palavras um dos mais belos quadros da literatura portuguesa: “Agora, Cruges, filho, repara tu naquela tela sublime (...) O maestro embasbacou. No vão do arco, como dentro de uma pesada moldura de pedra, brilhava, à luz rica da tarde, um quadro maravilhoso, de uma composição quase fantástica, como a ilustração de uma bela lenda de cavalaria e de amor. Era no primeiro plano o terreiro, deserto e verdejando, todo salpicado de botões amarelos; ao fundo, o renque cerrado de antigas árvores, com hera nos troncos, fazendo ao longo da grade uma muralha de folhagem reluzente; e, emergindo abruptamente dessa copada linha de bosques assoalhado, subia no pleno resplendor do dia, destacando vigorosamente num relevo nítido sobre o fundo do céu azul-claro, o cume airoso da serra, toda cor de violeta-escura, coroada pelo Palácio da Pena, romântico e solitário no alto, com o seu parque sombrio aos pés, a torre esbelta perdida no ar, e as cúpulas brilhando ao sol como se fossem feitas de ouro...”</p> <p><i>Poderá subir até à Pena numa das carruagens puxadas por cavalos estacionadas no Largo da Vila, pois “Visitar Sintra e não dar uma volta nas carruagens de cavalos, é como diz o povo ‘ir a Roma e não ver o Papa’” (Reis & Helena, 2005: 77)</i></p>	<p>Portugal. Segundo a lenda, D. Manuel “andava a caçar no alto da serra e ao mesmo tempo preocupado com as notícias da Índia, quando avistou de um dos picos aí existentes e no qual estaria uma ermida dedicada a Nossa Senhora da Pena, a Nau de Nicolau Coelho a entrar na barra do Tejo. E julgando ser uma graça, mandou edificar em 1503 o real Mosteiro de Nossa Senhora da Pena, que confiou à Ordem de S. Jerónimo” (Reis & Helena, 2005: 39).</p> <p>D. Fernando de Saxe Coburgo-Gotta, que em 1836 se casa com D. Maria II, compra o edifício e terrenos circundantes em 1838 para erigir o actual palácio, convidando para tal o Engenheiro Barão von Eschwege.</p> <p>O Parque da Pena foi plantado no alto da montanha entre 1846 e 1850 por D. Fernando II, que recusa a rigidez formal dos jardins clássicos. Queria que o Parque simulasse uma naturalidade quase perfeita. Importou espécies de plantas representativas de várias partes do mundo “criptómeras do Japão, fetos da Nova Zelândia, cedros do Líbano, araucárias do Brasil, num total de mais de 2000 espécies. Existem ainda vários pavilhões espalhados pelo Parque em diversos estilos arquitectónicos” (Reis & Helena, 2005: 41).</p> <p>No Parque da Pena, a quatro quilómetros do centro histórico, está a Cruz alta. “É o ponto mais alto da serra de Sintra (529 metros) e possibilita uma visão alargada em redor do perímetro da Serra, com o estuário do Tejo a sul, a planície saloia a norte, Lisboa a este e, no limite do perfil serpenteário da Serra, o mar ao fundo” (Reis & Helena, 2005: 31).</p> <p>Tanto o Palácio da Pena como o de Monserrate exerceram uma influência considerável no desenvolvimento da arquitectura romântica europeia do século XIX (CMS, 1998).</p>
--	---	--

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
Palácio Nacional de Sintra (Paço Real ou Palácio da Vila)	De regresso à Vila, Carlos fica a saber que Maria Eduarda, a sua “deusa” tinha partido na véspera para Mafra, pelo que Sintra lhe pareceu, de súbito “intoleravelmente deserta e triste”. Carlos apenas queria partir rapidamente para Lisboa, o que não terá agradado muito a Cruges, que ainda queria fazer o resto das “peregrinações clássicas” e comprar as queijadas que a mãe tanto lhe tinha recomendado que não esquecesse. Assim, Cruges apenas consegue fazer uma visita rápida pelo Paço sob “a voz monótona do cicerone mostrando a cama de S. M. El-Rei, as cortinas do quarto de S. M. a Rainha, ‘melhores que as de Mafra’, o tira-botas de S. A.” As “duas chaminés colossais, disformes” como que resumem todo o palácio, “como se essa residência fosse toda ela uma cozinha talhada às proporções de uma gula de rei que cada dia come todo um reino”. De seguida, os nossos três guias reúnem-se no Lawrence novamente, para jantar <i>bacalhau à Alencar</i> (cf. Lawrence’s Hotel)	O Palácio Nacional de Sintra é o ex-libris de Sintra. Não foi construído de uma só vez, numa só época, o que justifica a sua arquitectura complexa. Assim, no século XV tinha o aspecto de uma fortaleza, mas no século XVI tinha um aspecto manuelino. A dimensão da cozinha quase corresponde à dimensão das chaminés, já que era possível assar vários bois em simultâneo. Segundo a tradição, Camões teria lido pela primeira vez <i>Os Lusíadas</i> no terraço de D. Sebastião. D. Manuel fez alterações no Palácio, trabalhando sobretudo na ala oriental, na Sala dos Brasões. Os monarcas tinham um grande gosto por Sintra, de tal modo que a elegiam o local de veraneio da corte, devido à frescura do seu clima. D. Afonso VI passou os seus últimos nove anos de vida encerrado numa sala, vigiado com rigor para que, nas vezes em que saía para assistir à missa, o povo não se apercebesse da sua existência. Tal clausura foi-lhe imposta pelo seu irmão mais novo, Pedro II que, desta forma, se tornou rei, aproveitando-se do espírito fraco e deformação física de Afonso VI, que morreria só e amargurado. Ainda hoje há marcas no soalho que testemunham as suas caminhadas extenuantes e curtas (Reis & Helena, 2005).
Queijadas de Sintra	Antes de Carlos e Cruges partirem de Lisboa a caminho de Sintra, a mãe de Cruges tinha ainda gritado de dentro de casa “-Olha não te esqueçam as queijadas!” Cruges passou todo o dia, melancólico e romântico, em Sintra: “-Sintra não são pedras velhas, nem coisas góticas... Sintra é isto, um pouco de água, um bocado de musgo... Isto é um Paraíso!” Só quando o breque rolava pela estrada de regresso, na beleza da noite, e estavam já meio adormecidos pelo balancear da viagem, com o Alencar pronto para recitar uns versos para animar, é que Cruges lança um grito, exclamando: “-Com mil raios!” O breque parou e “no vasto silêncio da charneca, sob a paz do luar, Cruges, sucumbido, exclamou: -Esqueceram-me as queijadas!”	As Queijadas de Sintra estão documentadas pelo menos desde o século XIII. Os seus ingredientes são: açúcar, queijo de vaca, farinha de trigo, ovos e canela. Em relação à sua origem, uma das hipóteses é que se trate de uma herança árabe ou de origem conventual, centrada no Convento da Penha Longa no Linhão. Maria Sapa, de Ranholas, é a fabricante mais antiga (1756). A partir de meados do século XIX surgem outros fabricantes: Casa Matilde, Piriquita e Gregório. Hoje em dia há diversos fabricantes, entre os quais a Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa, a Pastelaria Piriquita, a Pastelaria Gregório, a Casa do Preto, a Pastelaria Monserrate e a Pastelaria Tirol de Sintra (Reis & Helena, 2005).

Anexo Nº 43: Brochura descritiva do Itinerário Queirosiano – (versão extensa)

Siga os passos de Carlos da Maia e Cruges em Sintra!

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
<p>Hotel Nunes (hoje Hotel Tivoli Sintra)</p>	<p>O Hotel Nunes está ligado “às faces mais deletérias das personagens de <i>Os Maias</i>”, sendo um local para onde se vinha “em pândega” (Rodil, 2000: 51).</p> <p>Carlos decide ficar alojado com Cruges neste hotel. Poder-se-á perguntar então porque é que Carlos, aristocrata e usual frequentador do Lawrence nas suas vindas a Sintra, hotel que albergava a aristocracia e alta burguesia lisboeta, preferia, desta vez, instalar-se no Nunes. É que, repentinamente, lhe viera “uma timidez, a que se misturar um laivo de orgulho, o receio melindrado de ser indiscreto, seguindo-a assim a Sintra, ainda que ela não o reconhecesse, indo instalar-se sob as mesmas telhas, apoderando-se de um lugar à mesma mesa... e ao mesmo tempo repugnou-lhe a ideia de lhe ser apresentado pelo Dâmaso: via-o já bochechudo e vestido de campo, a esboçar um gesto de cerimónia, a mostrar “o seu amigo Maia”, a tratá-lo por tu, afectando intimidades com ela, cocando-a com um olhar terno... Isto seria intolerável” (Rodil, 2000)</p> <p>“Ainda mal o breque tinha parado no Largo da Meca, fronteiro ao Hotel Nunes, e enquanto o criado do hotel tratava de tirar as bagagens do breque, já Carlos da Maia se encontrava de volta dele, na sua impaciência de apaixonado, a perguntar-lhe assim:</p> <p>‘-Você conhece o sr. Dâmaso Salcede? Sabe se ele está em Sintra?’. É que se o sr. Dâmaso Salcede estivesse em Sintra, provavelmente ela também estaria” (Rodil, 2000: 50-51). “O criado conhecia bem o sr. Dâmaso Salcede. Ainda na véspera pela manhã o vira entrar defronte, no bilhar, com um sujeito de barbas pretas, porque só com raparigas e em pândega é que o sr. Dâmaso vinha para o Nunes”.</p>	<p>No século XIX, o Hotel Nunes “não seria propriamente a mais recatada das estalagens sintrianas” (Rodil, 2005: 51). Este hotel foi demolido em 1973-4, sendo erigido no seu lugar o actual Hotel Tivoli Sintra, um edifício moderno, que destoa da paisagem urbana da Vila Velha.</p> <p>O Hotel actual é “talvez o maior equívoco do Centro Histórico e, por isso, explícita e intencionalmente excluído da área classificada pela UNESCO como Património Mundial” (CMS, 1998).</p>

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
Hotel Nunes (hoje Hotel Tivoli Sintra) cont.	<p>O hotel Nunes era, de facto, um hotel para onde se vinha “em pândega”; logo, mal Carlos e Cruges passam a sala de jantar do mesmo, encontram de imediato o Eusebiozinho da Silveira, “franzino e acanhado”, que desde pequeno se intimidava com a figura de Carlos da Maia, e o Palma Cavalão, “gordo, baixo e sem pescoço”, ambos acompanhados por duas prostitutas espanholas. Como Eusebiozinho negou estar com as prostitutas, dizendo estar apenas a acompanhar o amigo Palma, desperta a ira de Lola, que faz logo ali uma grande cena para o obrigar a admitir que ele era o homem dela. A Eusebiozinho resta apenas ir até ao seu quarto pedir perdão de joelhos, tal como um bom cavalheiro. Ficamos também a saber que o Sr. Carlos da Maia também tem “experiência com espanholas”, “pois andara com uma tal de Encarnación nos seus tempos d Coimbra. Isto incomodou-o, já que foi dito ali ao pé de um desconhecido, o Palma Cavalão, e que ele sabia ser um jornalista medíocre de pasquim. Quem gostou da coisa foi o maestro Cruges que, de vez em quando, aproveitava para o espicaçar: “-E V. Ex^a. deve sabê-lo sr. Maia, porque tem experiência de espanholas!...” (Rodil, 2000: 53)</p> <p><i>Com o desaparecimento do Hotel Nunes, por onde andarão estas quatro personagens?</i></p>	
Praça (hoje Praça da República)	<p>A caminho do Lawrence, na ânsia de saber se Maria Eduarda estava em Sintra, atravessam a praça: “Na praça, por defronte das lojas vazias e silenciosas, cães vadios dormiam ao sol: através das grades da cadeia, os presos pediam esmola. Crianças, enxovalhadas e em farrapos, garotavam pelos cantos; e as melhores casas tinham ainda as janelas fechadas, continuando o seu sono de Inverno, entre as árvores já verdes”.</p>	<p>Nesta época, as ruas apresentavam-se ainda pouco movimentadas. “A Praça era então o local de mercado da Vila e onde as vendadeiras apregoavam os seus produtos em volta do Repuxo manuelino – hoje colocado no Jardim da Preta do Paço Real” (Rodil, 2000: 53). De um lado estava a Alpendrada, o local de comércio por excelência da vila, existente desde o início do século XIV, pelo menos, mas demolido em 1893, e do outro lado estavam a Torre do relógio e a Cadeia – hoje, o edifício dos correios (Rodil, 2000).</p>

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
Praça (hoje Praça da República) <i>cont.</i>		<p>Em relação à Alpendrada do Mercado, “existem notícias sobre este alpendre que datam do início do século XIV. A sua demolição deu-se a 7 de Maio de 1893, por ordem da Câmara Municipal, a que presidia o Visconde da Idanha” (Rodil, 2000:54).</p> <p>Desconhece-se a data de construção da Torre do Relógio, mas há, no entanto, documentos que provam a sua existência já em 1468 (Rodil, 2000). Foi danificada pelo terramoto de 1755, apresentando por isso uma traça pombalina. Para além de dar as horas, servia também para chamar o povo em caso de sinistro, necessidade política ou quando algum preso se evadia (Reis & Helena, 2005).</p> <p>Quanto à Cadeia, a Câmara de Sintra adquiriu a 11 de Novembro de 1606 por 80\$000 réis umas casas de Jeronymo de Mello e sua mulher D. Izabel d’Oliveira de modo a construí-la aí. A 15 de Julho de 1979, o município adquire outras casas junto à Cadeia para aumentá-la. Em 1821 o empreiteiro Pedro d’Oliveira fez obras importantes no edifício. Em 1911 a Cadeia encerrou e foi aí instalada a estação dos C.T.T. (Rodil, 2000).</p>
Lawrence’s Hotel	<p>De “fachada banal” mas com “o ar mais simpático”, segundo Cruges. Numa janela estava “um par de botinas de duraque secando ao sol”, que Carlos imaginou que pudessem ser de Maria Eduarda, deusa de cabelos de ouro. Iam seguir caminho para Seteais, mas Carlos, ao escutar um som de flauta, ainda se reteve um pouco, “quase certo de Dâmaso lhe ter dito que a bordo Castro Gomes tocava flauta” (Rodil, 2000).</p> <p>No final do dia, Carlos e Cruges, que entretanto encontraram Alencar, reúnem-se de novo no Lawrence, onde Alencar decide brindar os rapazes com um <i>bacalhau à Alencar</i>: “Porque, lá isso, rapazes, versos os farão outros melhores; bacalhau, não!”. “Bulhão Pato, um dos pontífices do Romantismo, viria a reconhecer-se na figura de Tomás de Alencar, exactamente por, também ele, ser poeta e cozinheiro ao mesmo tempo. Sentindo-se caricaturado, Bulhão Pato ataca Eça de Queirós em 1889,</p>	<p>O Hotel Lawrence foi a primeira unidade hoteleira da Península Ibérica e uma das mais antigas da Europa. Em funcionamento desde 1764, pertença de uma família inglesa, os Lawrence Oram, que imprimiram ao hotel o requinte e o ambiente que lhe conferiu créditos, este adquiriu grande notoriedade após a estadia de Lord Byron em 1809 e, sobretudo, com a gerência da dinâmica Jane Lawrence Oram, a “velha Lawrence”, que Eça imortalizou em <i>Os Maias</i>. Nesta época, “albergava sobretudo a aristocracia e alta burguesia lisboetas, os funcionários de Estado e casais em lua-de-mel (Rodil, 2000:49). De facto, foram diversas as figuras do panorama intelectual oitocentista que aí pernoitaram, a saber, Alexandre Herculano, Camilo Castelo Branco, Bulhão Pato, Ramalho Ortigão, Lady Jackson, Oliveira Martins, o próprio Eça de Queirós, entre muitos outros nomes da Arte e da Política nacionais.</p>

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
Lawrence's Hotel cont.	<p>escrevendo duas sátiras violentas: <i>O Grande Maia</i> e <i>Lázaro Cônsul</i>. Eça responde com alguns artigos esfuizantes, cheios de humor, e que se encontram compilados em <i>Notas Contemporâneas</i> (Rodil, 2000: 63). <i>O bacalhau à Alencar</i> foi um sucesso e, segundo consta, foi bastante bem regado com vinho de Colares. Perante o espalhafato de Alencar, entusiasmado com as suas próprias palavras, “dois ingleses, correctos nos seus fraques negros”, “pasmavam com um ar embaraçado a que se misturava desdém”. Alencar não terá gostado dos britânicos: “-E se aqueles ingleses continuam a embasbacar para mim, vai-lhes um copo na cara, e é aqui um vendaval, que há-de a Grã-Bretanha ficar sabendo o que é um poeta português!...”.</p> <p><i>Sugerimos também uma visita à Adega de Colares</i></p>	<p>O Lawrence era a mais conceituada unidade hoteleira que Sintra possuía então, e é referido quase tantas vezes na obra eceana como o famoso Hotel Central em Lisboa. O Hotel Lawrence, por se encontrar mais afastado do centro urbano da vila, já a caminho de Seteais, era um espaço ideal para momentos de lazer e sobretudo para luas-de-mel.</p> <p>O hotel mudou várias vezes de proprietário e de nome até que, em 1989, é adquirido pela família holandesa Bos que inicia a sua recuperação. A 21 de Maio de 1999 abriu ao público, de volta ao seu nome original. Dispõe de 11 quartos e 5 suites. A decoração é bucólica e romântica, de carácter único (Reis & Helena, 2005).</p>
Do Lawrence ao Palácio de Seteais pela Estrada dos Pisões (hoje Rua Almeida Garrett)	<p>Cruges e Carlos da Maia seguiam por esta estrada quando, envolto numa nuvem de pó, eis que aparece o romântico poeta Tomás de Alencar atrás de uma carruagem onde Carlos esperava ver Maria Eduarda, mas onde vinha apenas um casal de ingleses. O poeta, homem alto, com “grandes bigodes românticos”, abraça “os rapazes” de forma efusiva e decide partir com eles para Seteais. Antes de prosseguirem o passeio, Alencar declama um poema a propósito dos amores que aí viveu:</p> <p>“Quantos luares eu lá vi? Que doces manhãs d’Abril? E os ais que soltei ali Não foram sete mas mil!”</p> <p>“Se se ler <i>Os Maias</i> com alguma atenção, poderá reparar-se num pormenor bastante interessante: cada vez que Carlos da Maia anda à procura da sua “deusa”, há-de-lhe saltar ao caminho, assim, de repente, como agora, o Tomás de Alencar. É que, para além de outras coisas, o poeta também representa o <i>corvo</i> da obra, aquele que prenuncia a tragédia que se avizinha. Talvez por isso, Eça o veste sempre de negro” (Rodil, 2000:55).</p>	<p>“Ir do Lawrence a Seteais era como que “uma peregrinação obrigatória” na época, uma espécie de Passeio Público de Sintra” (Rodil, 2000: 55). Carlos e Cruges estavam provavelmente sentados junto ao local onde provavelmente já existia uma pequena cascata, mandada construir por Daniel Gildemeester, cônsul holandês em Portugal, no último quartel do século XVIII.</p>

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
<p>Palácio de Seteais Penedo da Saudade</p>	<p>“Aquilo é sítio muito meu, filhos! Não há ali árvore que não me conheça...” – diz Alencar, referindo-se a Seteais.</p> <p>Contudo, perante o estado de abandono em que a residência então se encontrava, Cruges expressa o seu desânimo: “Toda aquela vivenda, com a sua grade enferrujada sobre a estrada, os seus florões de pedras roídos pela chuva, o pesado brasão rococó, as janelas cheias de teias de aranha, as telhas todas quebradas, parecia estar-se deixando morrer voluntariamente naquela verde solidão – amuada com a vida, desde que dali tinham desaparecido as últimas graças do tricornio e do espadim e os derradeiros vestidos de anquinhas tinham roçado essas relvas”.</p> <p>“Atravessando o terreiro, Cruges, Carlos da Maia e o poeta Alencar passaram o arco e, ao cimo da rampa, nas traseiras dos dois pavilhões, foram contemplar a extensa paisagem que se avista da varanda sobranceira ao jardim de simetrias rígidas, labirínticas, ao sabor clássico: “Cruges, no entanto, encostado ao parapeito, olhava a grande planície de lavoura que se estendia em baixo, rica e bem trabalhada, repartida em quadros verde-claros e verde-escuros, que lhe faziam lembrar um pano feito de remendos”. Já se preparavam para abandonar Seteais quando “Cruges quis explorar o outro terraço ao lado” (Rodil, 2000: 58). O maestro ficou triunfante ao deparar-se com “um montão de penedos, polidos pelo uso, já com um vago feitiço de assentos deixados ali outrora, para dar ao terraço uma graça agreste de selva brava”, o Penedo da Saudade. Já Alencar emudeceu de emoção durante breves momentos, ao ser assaltado por recordações dos amores que ali vivera, que relembra através dos seguintes versos, que declama com a sua voz “saúdosa e dolente”:</p> <p>“Vieste! Cingi-te ao peito. Em redor que noite escura! Não tinha rendas o leito,</p>	<p>Em relação à sua história, o Palácio foi comprado “pelo cônsul holandês, Daniel Wildemeister, em 1738. Quatro anos mais tarde é inaugurada a ala oriental do Palácio. Em princípios do século XIX, o palácio foi adquirido pelo quinto Marquês de Marialva, D. Diogo Vito, erguendo-se então a ala ocidental, em tudo igual à já existente (...). Depois, por força da visita do príncipe herdeiro D. João, futuro rei de Portugal, construiu-se o arco do triunfo que liga as duas alas” (Reis & Helena, 2005: 45)</p> <p>“De traça neoclássica, o edifício e a quinta viveram os seus momentos áureos no início do século XIX, quando estavam na moda os vestidos de anquinhas. O horror romântico às linhas direitas e aos espaços amplos da mentalidade romântica afigura-se como uma das prováveis causas para o estado de abandono em que a residência se encontrava nos finais do século XIX (Rodil, 2000). “Os gostos dessa época tendiam mais para salas pequenas, atafulhadas de <i>bric-a-brac</i>. Também em Sintra, o Palácio da Pena será exemplo máximo, não só dessas tendências, mas também do movimento romântico em Portugal. Perguntaremos, então, o que traz, com tão elevado ânimo, o poeta Alencar – romântico professo e convicto – a Seteais? Sobretudo a sua grande carga lendária e, inevitavelmente, o Penedo da Saudade” (Rodil, 2000:58)</p> <p>Sobre a origem do topónimo, cuja composição sugere a ligação entre “sete” + “ais”, existem as mais variadas lendas. Para além de se dizer que um “ai” gritado da entrada se repete em eco sete vezes (Rodil, 2000), existe ainda a ancestral lenda do Penedo da Saudade: “em 1147, ainda no tempo em que os mouros dominavam, estes pediram aos cristãos, aquando da sua rendição, que lhes fosse permitido viver nos arredores da localidade. Na época vivia no castelo uma princesa moura chamada Anasir a quem alguém profetizara que morreria quando exclamasse sete vezes “ai”. Ao tentar fugir e ao ser surpreendida pelo cavaleiro português exclamara o primeiro “ai”, sucedendo os</p>

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
Palácio de Seteais e Penedo da Saudade cont.	<p>Não tinha labores na barra Que era só a rocha dura... Muito ao longe uma guitarra Gemia vagos harpejos... (Vê tu que não me esqueceu)... E a rocha dura aqueceu Ao calor dos nossos beijos!"</p> <p>"Emocionado, de lenço branco na mão, Alencar atirou para os penedos um gesto melancólico e triste e rematou: "-Foi ali". De igual modo, Cruges "que aqueles romantismos impressionavam, ficou a olhar para os penedos como para um sítio histórico" (Rodil, 2000: 59-60).</p>	<p>restantes conforme os perigos que corra. O sexto "ai" surgiu quando o seu apaixonado teve que sair por ordem do rei em missão. Eis que entretanto chega o seu antigo noivo mourisco, que fugira aquando da conquista de Sintra. Sedento de vingança, primeiro matou a aia de Anasir, ao que esta exclamou o sétimo "ai", concretizando-se assim a profecia. O seu antigo noivo trespassou-lhe o coração com uma alfange." (Reis & Helena, 2005: 45). Mas a razão histórica do topónimo parece ser outra: antes de a vivenda existir, cultivava-se naqueles campos o centeio. Daí <i>Campo de centeais</i>, que, por corruptela, fez surgir Seteais (Rodil, 2000).</p>
Palácio da Pena	<p>Carlos, Cruges e Alencar vinham a descer a rampa e, numa altura em que Alencar se baixa para apertar o atilho das ceroulas – porque, depois de ter recitado os versos, tão emocionado, tinha ido fazer as suas necessidades fisiológicas – quando o velho poeta que chama a atenção:</p> <p>"Agora, Cruges, filho, repara tu naquela tela sublime (...) O maestro embasbacou. No vão do arco, como dentro de uma pesada moldura de pedra, brilhava, à luz rica da tarde, um quadro maravilhoso, de uma composição quase fantástica, como a ilustração de uma bela lenda de cavalaria e de amor. Era no primeiro plano o terreiro, deserto e verdejando, todo salpicado de botões amarelos; ao fundo, o renque cerrado de antigas árvores, com hera nos troncos, fazendo ao longo da grade uma muralha de folhagem reluzente; e, emergindo abruptamente dessa copada linha de bosques assoalhado, subia no pleno resplendor do dia, destacando vigorosamente num relevo nítido sobre o fundo do céu azul-claro, o cume airoso da serra, toda cor de violeta-escura, coroada pelo Palácio da Pena, romântico e solitário no alto, com o seu parque sombrio aos pés, a torre esbelta perdida no ar, e as</p>	<p>O Palácio da Pena é a mais importante obra do Romantismo em Portugal. Segundo a lenda, D. Manuel "andava a caçar no alto da serra e ao mesmo tempo preocupado com as notícias da Índia, quando avistou de um dos picos aí existentes e no qual estaria uma ermida dedicada a Nossa Senhora da Pena, a Nau de Nicolau Coelho a entrar na barra do Tejo. E julgando ser uma graça, mandou edificar em 1503 o real Mosteiro de Nossa Senhora da Pena, que confiou à Ordem de S. Jerónimo" (Reis & Helena, 2005: 39).</p> <p>D. Fernando de Saxe-Coburgo-Gotta (1816-1855) é um príncipe de origem austro-húngara que se casa com a Rainha D. Maria II (1836) e fica a residir em Portugal. D. Fernando decide adquirir as ruínas do Convento Manuelino de Nossa Senhora da Pena e a cerca envolvente por 700 réis. O rei-consorte convida o Engenheiro prussiano Barão von Eschwege para construir o palácio. D. Fernando, homem dotado de uma vasta cultura e de uma invulgar sensibilidade, assistiu de forma directa este processo. O sítio, num dos cumes rochosos da serra e envolto em eternas neblinas, ajustava-se perfeitamente ao seu espírito</p>

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
Palácio da Pena cont.	<p>cúpulas brilhando ao sol como se fossem feitas de ouro...” Com estas palavras, Eça pinta um dos mais belos quadros da literatura portuguesa.</p> <p><i>Poderá subir até à Pena numa das carruagens puxadas por cavalos estacionadas no Largo da Vila, pois “Visitar Sintra e não dar uma volta nas carruagens de cavalos, é como diz o povo ‘ir a Roma e não ver o Papa”</i> (Reis & Helena, 2005: 77).</p>	<p>romântico. A construção do palácio arrastou-se ao longo dos tempos com várias interrupções até ao ano em que o D. Fernando faleceu. O seu orçamento foi fabuloso: 400 contos (Serrão, 1989). O Parque da Pena foi plantado no alto da montanha entre 1846 e 1850 por D. Fernando II, que recusa a rigidez formal dos jardins clássicos. Queria que o Parque simulasse “uma naturalidade quase perfeita”. Importou espécies de plantas representativas de várias partes do mundo “criptómeras do Japão, fetos da Nova Zelândia, cedros do Líbano, araucárias do Brasil”, num total de mais de 2000 espécies. Existem ainda vários pavilhões espalhados pelo Parque em diversos estilos arquitectónicos” (Reis & Helena, 2005: 41).</p> <p>No Parque da Pena, a quatro quilómetros do centro histórico, encontrará a Cruz alta: trata-se do ponto mais alto da Serra de Sintra (529 metros) e possibilita uma visão alargada em redor do perímetro da Serra, com o estuário do Tejo a Sul, a planície saloia a norte, Lisboa a este e, “no limite do perfil serpenteário da Serra, o mar ao fundo” (Reis & Helena, 2005: 31)</p> <p>Tanto o Palácio da Pena como o de Monserrate exerceram uma influência considerável no desenvolvimento da arquitectura romântica europeia do século XIX (CMS, 1998).</p>
Palácio Nacional de Sintra (Paço Real ou Palácio da Vila)	<p>De regresso à Vila, Carlos fica a saber que Maria Eduarda, a sua “deusa” tinha partido na véspera para Mafra, pelo que Sintra lhe pareceu, de súbito “intoleravelmente deserta e triste”. Carlos apenas queria partir rapidamente para Lisboa, o que não terá agradado muito a Cruges, que ainda queria fazer o resto das “peregrinações clássicas” e comprar as queijadas que a mãe tanto lhe tinha recomendado que não esquecesse. Assim, Cruges apenas consegue fazer uma visita rápida pelo Paço sob “a voz monótona do cicerone mostrando a cama de S. M. El-Rei, as cortinas do quarto de S. M. a Rainha, ‘melhores que as de Mafra’, o tira-botas de S. A.” As “duas chaminés colossais, disformes” como que resumem todo o palácio, “como se essa residência</p>	<p>O Palácio Nacional de Sintra é o ex-libris de Sintra. Não foi construído de uma só vez, numa só época, o que justifica a sua arquitectura complexa. No lugar onde hoje se ergue o Palácio, já os árabes teriam construído uma alcáçova. Assim, o palácio terá sido erguido aproveitando as edificações já existentes. Assim, no século XV tinha o aspecto de uma fortaleza, mas no século XVI tinha um aspecto manuelino (Reis & Helena, 2005).</p> <p>No reinado de D. João já existiam a Sala dos Cisnes, a Sala das Sereias, a Sala das Pegas, a Sala do Ouro, a Sala de César, a Sala da Coroa e a Sala dos Árabes. Segundo a tradição, Camões teria lido pela primeira vez <i>Os Lusíadas</i> no terraço de D. Sebastião.</p>

No rasto das personagens...	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
Palácio Nacional de Sintra (Paço Real ou Palácio da Vila) <i>cont.</i>	fosse toda ela uma cozinha talhada às proporções de uma gula de rei que cada dia come todo um reino”. De seguida, os nossos três guias reúnem-se no Lawrence novamente, para jantar <i>bacalhau à Alencar</i> (cf. Lawrence’s Hotel).	A dimensão da cozinha quase corresponde à dimensão das chaminés, já que era possível assar vários bois em simultâneo (Reis & Helena, 2005). Segundo os desenhos de Duarte d’Armas no <i>Livro das Fortalezas</i> (1507), as chaminés seriam inicialmente revistas de azulejaria, o que deveria dar ao palácio um aspecto ainda mais ostensivo (Serrão, 1989). D. Manuel fez alterações no Palácio, trabalhando sobretudo na ala oriental, na Sala dos Brasões. Os monarcas tinham um grande gosto por Sintra, de tal modo que a elegiam o local de veraneio da corte, devido à frescura do seu clima. D. Afonso VI passou os seus últimos nove anos de vida encerrado numa sala, vigiado com rigor para que, nas vezes em que saía para assistir à missa, o povo não se apercebesse da sua existência. Tal clausura foi-lhe imposta pelo seu irmão mais novo, Pedro II que, desta forma, se tornou rei, aproveitando-se do espírito fraco e deformação física de Afonso VI, que morreria só e amargurado. Ainda hoje há marcas no soalho que testemunham as suas caminhadas extenuantes e curtas (Reis & Helena, 2005).
Queijadas de Sintra	Antes de Carlos e Cruges partirem de Lisboa a caminho de Sintra, a mãe de Cruges tinha ainda gritado de dentro de casa “-Olha não te esqueçam as queijadas!” Cruges passou todo o dia, melancólico e romântico, em Sintra: “-Sintra não são pedras velhas, nem coisas góticas... Sintra é isto, um pouco de água, um bocado de musgo... Isto é um Paraíso!”. Só quando o breque rolava pela estrada de regresso, na beleza da noite, e estavam já meio adormecidos pelo balancear da viagem, com o Alencar pronto para recitar uns versos para animar, é que Cruges lança um grito de Cruges, exclamando: “-Com mil raios!” O breque parou e “no vasto silêncio da charneca, sob a paz do luar, Cruges, sucumbido, exclamou: -Esqueceram-me as queijadas!”.	As Queijadas de Sintra estão documentadas pelo menos desde o século XIII. Os seus ingredientes são: açúcar, queijo de vaca, farinha de trigo, ovos e canela. Em relação à sua origem, uma das hipóteses é que se trate de uma herança árabe ou de origem conventual, centrada no Convento da Penha Longa no Linhó (Reis & Helena, 2005) Durante a Idade Média as queijadas foram muitas vezes utilizadas como moeda de pagamento de foros em regime de enfiteuta. O seu fabrico era rudimentar e seguia antigos esquemas familiares e concentrava-se, segundo se supõe, na freguesia de S. Pedro de Penaferrim e aproveitava-se a sua feira para vender as queijadas (Serrão, 1989). Maria Sapa, de Ranholas, é a fabricante mais antiga (1756). A partir de meados do século XIX surgem outros fabricantes: Casa Matilde, Piriquita e Gregório. Hoje em dia há diversos fabricantes, entre os quais a Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa, a Pastelaria Piriquita, a Pastelaria Gregório, a Casa do Preto, a Pastelaria Monserrate e a Pastelaria Tirol de Sintra (Reis & Helena, 2005).

Sintreando com Eça: Percursos alternativos		
No rasto das personagens	Referências do local em Os Maias	Notas históricas sobre o local
<p>O Vinho de colares</p> <p><i>Sugere-se uma visita à Adega de Colares.</i></p>	<p>O vinho de Colares está presente ao longo de <i>Os Maias</i>:</p> <p>-No jantar preparado por Tomás de Alencar em Sintra no Hotel Lawrence, em que o poeta, bem regado com “grandes copos de Colares emborcados de um trago”, exalta-se ao sentir-se observado por dois ingleses pálidos que o olhavam fixamente e ameaça ir-lhes com um copo à cara (cf. Lawrence’s Hotel);</p> <p>- Na carta que Dâmaso escreve ao seu tio Guimarães, o “amigo de Gambetta”, tenta cativá-lo utilizando para tal o vinho de Colares: “<i>O meu querido tio sabe como eu gosto de si, que até estava o ano passado com tenção, se soubesse a sua morada em Paris, de lhe mandar meia pipa de vinho de Colares</i>” (Rodil, 2000).</p>	<p>“De longínqua tradição, encimando a famosa lista da viticultura nacional, o vinho de Colares contém particularidades únicas, que o tornaram ao longo dos anos num dos mais apreciados vinhos do mundo. A sua famosa casta <i>Ramisco</i>, cuja vinha é abacelada em terrenos arenosos do litoral e sujeita ao micro-clima existente na região sintrense, produz um vinho de <i>bouquet</i> magnífico, cheio de delicadeza, sabor e perfumes agradáveis, e com pequena percentagem de álcool.</p> <p>A dúvida ainda subsiste quanto à plantação da primeira bacela na região de Colares. (...) No foral afonsino de Sintra (1154) consta que se cultivava, já naquele tempo, a vinha na região. D. Afonso III pretendia animar a cultura da vinha, porquanto na doação que em 1225 fez do Reguengo de Colares a Pedro Miguel e sua mulher, Maria Estêvão, foi com obrigação de plantar vinhas, o que levou o Visconde de Juromenha, na <i>Cintra pinturesca</i> [memória descritiva de Sintra, Colares e arredores datada de 1838], a levantar a hipótese de ter este rei ali introduzido cepas originárias de França, pela semelhança deste vinho com alguns daqueles país” (Rodil, 2000: 70).</p> <p>D. Dinis, que tão grande impulso deu à agricultura, doou ao seu filho, o infante Pedro Afonso, em 1301, uma adega, diversas vinhas, terras, azenhas e outros domínios situados em Sintra e seus arredores. Segundo alguns cronistas, no reinado de D. Fernando I (1367 – 1383), foi feita a primeira exportação de vinho (Rodil, 2000). Após a Batalha de Aljubarrota, em 1385, D. João I entrega, por doação, a vila de Colares ao Condestável D. Nuno Álvares Pereira (Rodil, 2000). D. Manuel I atribuiu foral a Colares em 1516, aumentando os privilégios de que gozavam os agricultores da região, o que impulsionou as vinhas. O vinho de Colares era um dos preferidos no aviamento das naus para a Índia (Rodil, 2000).</p> <p>Em 1865, apesar de a maior parte dos vinhais terem sido devastados pela filoxera, os de Colares ficaram incólumes, em grande parte graças às condições dos terrenos arenosos, nos quais o insecto não conseguiu penetrar (Rodil, 2000). Em 1931, foi criada a Adega Regional de Colares, passando assim a ser garantida a qualidade do vinho (Reis & Helena, 2005).</p> <p>As vinhas são cultivadas em dunas de areia, nelas são feitas covas onde assentam as raízes. Para proteger dos ventos e do ar salgado, foram feitas protecções com canas formando uma paliçada. Para o vinho ser bom, tem que atingir a maturidade durante pelo menos dois anos. A região demarcada corresponde a Colares, S. João das Lampas e a alguns terrenos da freguesia de S. Martinho. (Reis & Helena, 2005).</p> <p>O tinto velho de Colares tem uma cor rubi escuro, é aromático e tem um fresco cheiro a frutos, contrastando um jovem sabor com um vinho tão velho. (Reis & Helena, 2005). Deste modo, a categoria do vinho de Colares impôs-se, fazendo dele o primeiro vinho de mesa nacional. Logo, é natural que o encontremos mencionado com frequência na literatura portuguesa e, nomeadamente, na obra queirosiana (Rodil, 2000).</p>

Sintreando com Eça: Percursos alternativos		
No rasto das personagens	Referências do local em <i>Os Maias</i>	Notas históricas sobre o local
O Hotel Vitor e a ida de Ega a Sintra	<p>Para além do itinerário descrito, são de destacar as deslocações de Ega a Sintra. Eça descreve Ega como um “fidalgo rico, figura esgrouviada e seca, os pêlos do bigode arrepiados sobre o nariz adunco, um quadro de vidro entalado no olho direito – tinha realmente alguma coisa de rebelde e de satânico”.</p> <p>“Amante de Raquel Cohen, mulher do director do Banco Nacional, vê Dâmaso Salcede disputar-lhe a conquista e, roído pelo ciúme, corre a Sintra atrás deles e instala-se no Vitor” (Rodil, 2000: 65).</p> <p>“Em bilhete deixado a Carlos da Maia, João da Ega desculpa esta sua correria atrás daquela ‘lambisgóia de Israel, melada e molenga, sovada a bengala’, alegando ‘uma saudade infinita da natureza e do verde’, e prometendo que apenas se demoraria o ‘tempo de cavaquear um bocado com o Absolut, no alto dos Capuchos, e ver o que estão fazendo os miosótis junto à meiga Fonte dos Amores...’” (Rodil, 2000: 66).</p> <p>Mais tarde, Ega envia nova carta a Carlos, na qual dá conta do seu desespero: “O Dâmaso aparecia em toda a parte com o Cohen; o Dâmaso tornara-se grotesco em Sintra, numa corrida de burros; o Dâmaso arvorara capacete e véu em Seteais; o Dâmaso era uma besta imunda” e, roído de ciúmes, remata: “o Dâmaso, no pátio do Vitor, de perna traçada, dizia familiarmente ‘a Raquel’; era um dever de moralidade pública dar bengaladas no Dâmaso!...”.</p>	<p>O Hotel Vitor era propriedade de Vitor Sasseti e é o terceiro dos hotéis citados na obra. “Situado já na encosta da serra, empoleirado sobre o casario da Vila, juntamente com o Lawrence’s e o Nunes fechava, assim, em triângulo, todo o centro urbano de Sintra, numa teia dominadora em cujas malhas se tecem os mais variados episódios românticos” (Rodil, 2000: 66).</p> <p>Este Hotel era “uma das hospedarias predilectas na época de veraneio. Espécie de casino particular, jogava-se por lá. Era também local de partida das famosas <i>burricadas</i>, as pitorescas corridas de burros que encantavam a sociedade elegante de Lisboa” (Rodil, 2000: 66).</p>

	Outros locais a visitar em Sintra:
Palácio de Monserrate	<p>Em 1856 Francis Cook adquire o Palácio de Monserrate e “transforma a antiga vivenda num singular palácio de raiz orientalizante”. Contratou o arquitecto James Knowles e o jardineiro Burt. Em 1949 o Palácio foi adquirido pelo Estado português e, em 2000, passou para a tutela da Parques Sintra (Reis & Helena, 2005: 42).</p> <p>Em contraste com os jardins setecentistas, excessivamente arquitectónicos, os jardins românticos são espaços que buscam a nostalgia dos contos de fadas e que impõem um ambiente druídico, e que são apenas ordenados para que se possa usufruir da paisagem o melhor possível (Serrão, 1989). O Parque de Monserrate e o Parque da Pena são os principais “jardins” do Romantismo.</p>
Quinta da Regaleira	<p>A Quinta da Regaleira não é mencionada em <i>Os Maias</i>, pois a sua aquisição e reconstrução data apenas dos princípios do século XX. Foi adquirida pelo capitalista António Augusto de Carvalho Monteiro, profundo amante da epopeia nacional, o que se reflecte no gosto “revivalista” da arqueologia neo-manuelina da Quinta, de inspiração baseada “quer no ecletismo estrutural e decorativo da Pena, quer no assumido estilo neo-manuelino do Hotel Palácio do Buçaco, da autoria de Luigi Manini” (Reis & Helena, 2005: 38). Deste modo, o “Monteiro dos Milhões” convida este arquitecto e incumbem-o de construir a Quinta da Regaleira.</p> <p>A Quinta da Regaleira é um monumento polémico, pois nem todos os autores o valorizam. Para alguns, este monumento “não esconde o tradicionalismo do pastiche” e os seus rendilhados são equiparados a “uma massa pastosa”, evidenciando “a pouca audácia do projecto” (Serrão, 1989).</p> <p>Pelo contrário, outros autores valorizam a Quinta da Regaleira: é “um percurso alquímico e sagrado que importa conhecer. É um lugar para se sentir” (Reis & Helena, 2005: 38).</p> <p>“Há que invocar a aventura dos cavaleiros templários ou os ideais dos mestres de Maçonaria, para descer ao monumental poço iniciático por uma imensa escadaria em espiral. E lá no fundo, com os pés assentes numa estrela de oito pontas, é como se estivéssemos imersos no ventre da Terra-Mãe. Depois só nos resta atravessar as trevas das grutas labirínticas, até ganharmos a luz, reflectida em lagos surpreendentes” (Reis & Helena, 2005: 38).</p>

Anexo Nº 44: *Sintreando com Eça* (Itinerário Queirosiano) – Pacotes oferecidos

<i>No rasto de Carlos da Maia</i>	<i>Geração de 70</i>
<p>Preço: €17por pessoa (transporte até Sintra não incluído) Dimensão do grupo: entre 20 e 60 alunos</p>	<p>Preço: Época alta: €336 Época baixa: €280 Dimensão do grupo: mínimo 10; máximo 20 (Transporte até Sintra não incluído)</p>
<p>10h00 Chegada a Sintra. Centro de interpretação: Sessão com especialista de <i>Os Maias</i> 11h00 Roteiro Queirosiano com especialista ou com actores 13h00 Almoço num restaurante com preços reduzidos para estudantes 14h30 Visita ao Palácio da Pena 17h00 Visita ao Palácio da Vila 18h30 Prova de Queijadas de Sintra no estabelecimento Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa</p>	<p>1º dia 10h00 Debate sobre <i>Os Maias</i> e a obra queirosiana no Centro de Interpretação 11h00 Roteiro Queirosiano com especialista 13h00 Almoço no Palácio de Seteais 14h30 Visita ao Palácio da Vila 16h00 Espectáculo no Centro Cultural Olga Cadaval ou visita ao Palácio e Parque de Monserrate (Tempo livre. Sugestão de visita: Quinta da Regaleira) 20h00 Jantar no Lawrence's Hotel 21h30 Recital e debate sobre a obra queirosiana Dormida no Lawrence's Hotel</p> <p>2º dia 10h30 Partida para a Adega de Colares Prova de vinhos e almoço na Adega de Colares 15h00 Passeio até ao Parque do Palácio da Pena em Sintra em trens puxados por cavalos 15h30 Visita ao Palácio e Parque da Pena 17h30 Prova de Queijadas de Sintra no estabelecimento Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa</p>

Ninho de Amores	
<p>Preço:</p> <p>Época alta: €936 por pessoa</p> <p>Época baixa: €795 por pessoa</p> <p>Dimensão do grupo: mínimo 10; máximo 20</p>	
<p>1º dia</p> <p>Transfer mini-autocarro de Lisboa até ao Hotel em Sintra (Palácio de Seteais)</p> <p>11h00 Chegada ao Palácio de Seteais</p> <p>12h00 Almoço no Palácio de Seteais</p> <p>13h30 Visita ao Palácio da Vila</p> <p>15h00 Centro de interpretação <i>Os Maias</i>: breve dramatização para contextualizar o público no capítulo da ida a Sintra e rever todos os acontecimentos ocorridos até aí</p> <p>16h00 Roteiro Queirosiano com actores</p> <p>18h30 Chegada a Seteais – Tempo livre</p> <p>19h30 Jantar no Palácio de Seteais</p> <p>21h30/22h00 Espectáculo no Centro Cultural Olga Cadaval ou visita nocturna à Quinta da Regaleira: actividade Regaleira Subterrânea</p> <p>2º dia</p> <p>10h00 Prova de Queijadas de Sintra no estabelecimento Queijadas da Sapa + Experiência Queijadas de Sintra</p> <p>12h00 Almoço organizado individualmente; tempo livre</p> <p>16h00 Passeio até ao Parque do Palácio da Pena em Sintra em trens puxados por cavalos</p> <p>16h30 Actividade <i>O Tesouro da Rainha</i> no Parque da Pena</p> <p>18h30 Visita ao Palácio da Pena</p> <p>20h00 Jantar e baile no Palácio da Pena</p> <p>Dormida no Palácio de Seteais</p>	<p>3º dia</p> <p>10h30 Partida para a Adega de Colares</p> <p>Prova de vinhos e almoço na Adega de Colares</p> <p>15h00 Visita guiada no Centro Histórico de Colares</p> <p>17h00 Visita ao Parque e Palácio de Monserrate</p> <p>20h00 Jantar no Lawrence's Hotel: menu queirosiano; os visitantes vestem-se das personagens da obra; representação de cenas de <i>Os Maias</i>.</p> <p>Dormida no Palácio de Seteais</p> <p>4º dia</p> <p>10h30 Voo de ultra-leve ou balão de ar quente</p> <p>12h00 Almoço organizado individualmente; tempo livre</p> <p>13h30 Caça ao tesouro: <i>Em busca de Maria Eduarda</i></p> <p>15h00 Tempo livre</p> <p>17h00 Lanche de despedida no Palácio de Seteais</p> <p>18h30 Partida para Lisboa em mini-autocarro</p>

Anexo Nº 45: Potencial de receitas associado ao Itinerário Literário Queirosiano sobre Os Maías – segundo o tipo de propriedade das entidades

	No Rasto de Carlos da Maia	Geração de 70	Ninho de Amores
Organização do itinerário	Sessão sobre Os Maías no Centro de Interpretação Queirosiano + Roteiro Queirosiano com especialista ou actores: €3	Debate sobre Os Maías no Centro de Interpretação Queirosiano+ Roteiro Queirosiano com especialista: €12 Aluguer de mini-autocarro alugado ou da Câmara: Transporte em mini-autocarro €15 Mediador Cultural: €30	Aluguer de mini-autocarro alugado ou da Câmara: Transporte em mini-autocarro €40 (inclui transporte Lisboa – Sintra) Mediador cultural: €60
Empresas privadas	Restaurante com preços reduzidos para estudantes: 1 almoço €5 Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa: Prova de Queijadas de Sintra €2	Tivoli Palácio de Seteais: 1 almoço €30 Lawrence's Hotel: 1 dormida €55 1 jantar €35 Adega de Colares: 1 prova de vinhos e 1 almoço €100 Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa: Prova de Queijadas de Sintra + experiência €13 Sintratur: Passeio em trem puxado por cavalo €27	Tivoli Palácio de Seteais: 1 almoço €30 1 lanche €10 1 jantar €35 3 dormidas €210 Lawrence's Hotel: 1 jantar €35 Adega de Colares + Coisas do Vinho: 1 prova de vinhos e 1 almoço €100 Coisas do Vinho: 1 jantar no Palácio da Pena €60 Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa: Prova de Queijadas de Sintra + experiência €13 Sintratur: Passeio em trem puxado por cavalo €27 MultiAventura Voo em ultra-leve ou balão de ar quente €70

	<i>No Rasto de Carlos da Maia</i>	<i>Geração de 70</i>	<i>Ninho de Amores</i>
Entidades públicas	<p>Palácio da Vila: Entrada gratuita</p> <p>Parque e Palácio da Pena: Visita guiada €7</p>	<p>Palácio da Vila: Visita guiada €5</p> <p>Parque e Palácio da Pena: Visita guiada €13</p> <p>Centro Cultural Olga Cadaval: Espectáculo teatral, musical ou de dança €10</p> <p><i>Possibilidade de visita de outras atracções durante o tempo livre</i></p>	<p>Palácio da Vila: Visita guiada €5</p> <p>Parque e Palácio da Pena: Visita guiada €13 Actividade O Tesouro da Rainha €5 Aluguer do espaço para jantar e baile €80</p> <p>Parque e Palácio de Monserrate: Visita guiada €5</p> <p>Centro Cultural Olga Cadaval <i>ou</i> Quinta da Regaleira: Espectáculo teatral, musical ou de dança <i>ou</i> actividade “Regaleria Subterrânea” €10</p> <p><i>Possibilidade de visita de outras atracções durante o tempo livre</i></p>
Entidades sem fins lucrativos	<p>Voando em Cynthia: Opção de percorrer o Roteiro Queirosiano com actores €3</p>		<p>Voando em Cynthia: Dramatização no centro de interpretação €10 Roteiro queirosiano com actores €12 Dramatização no Lawrence’s Hotel €20 Peddy-paper “Em busca de Maria Eduarda” €10</p>
Produtos Conexos	<p><i>Souvenirs em museus</i> €4</p> <p><i>Queijadas de Sintra</i> €2</p> <p><i>Outras compras</i> €2</p>	<p><i>Souvenirs em museus</i> €15</p> <p><i>Garrafas de vinho na Adega de Colares</i> €20</p> <p><i>Queijadas de Sintra</i> €4</p> <p><i>Outras compras</i> €30</p>	<p><i>Souvenirs em museus</i> €20</p> <p><i>Garrafas de vinho na Adega de Colares</i> €20</p> <p><i>Queijadas de Sintra</i> €4</p> <p><i>Outras compras</i> €70</p>

**Anexo Nº 46: Potencial de receitas associado ao Itinerário Literário Queirosiano sobre
Os Maias – segundo a categoria de produtos**

	No Rasto de Carlos da Maia	Geração de 70	Ninho de Amores
Alojamento	Não aplicável ⁴	Lawrence's Hotel: 1 dormida €55	Tivoli Palácio de Seteais: 3 noites €210
Alimentação e Bebidas	Restaurante com preços reduzidos para estudantes: 1 almoço €5 Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa: Prova de Queijadas de Sintra €2	Tivoli Palácio de Seteais: 1 almoço €30 Lawrence's Hotel: 1 jantar €35 Adega de Colares: 1 prova de vinhos e 1 almoço €100 Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa: Prova de Queijadas de Sintra €13	Tivoli Palácio de Seteais: 1 almoço €30 1 lanche €10 1 jantar € 35 Lawrence's Hotel: 1 jantar €35 Adega de Colares + Coisas do Vinho: 1 prova de vinhos e 1 almoço €100 Coisas do Vinho: Catering no Palácio da Pena €60 Fábrica das Verdadeiras Queijadas da Sapa: Prova de Queijadas de Sintra €13
Transportes e rent-a-car	Não aplicável <i>(os estudantes viajam até Sintra de diversas partes do país em meio de transporte escolhido pela escola)</i>	Aluguer de mini-autocarro alugado ou da Câmara: Transporte em mini-autocarro €15 <i>(não inclui transporte até Sintra)</i>	Aluguer de mini-autocarro alugado ou da Câmara: Transporte em mini-autocarro €40 <i>(inclui transporte dentro da área da Grande Lisboa até Sintra)</i>
Agências de Viagens, Operadores Turísticos e Guias Turísticos	Não Aplicável	Mediador Cultural: €30	Mediador Cultural: €60

⁴ Com a reabertura de Pousadas da Juventude, no futuro poderia oferecer-se um prolongamento do itinerário.

	No Rasto de Carlos da Maia	Geração de 70	Ninho de Amores
Serviços Culturais	<p>Palácio da Vila: Entrada gratuita</p> <p>Parque e Palácio da Pena: Visita guiada €7</p> <p>Sessão sobre Os Maias no Centro de Interpretação Queirosiano + Roteiro Queirosiano com especialista ou actores: €1 + €2</p>	<p>Palácio da Vila: Visita guiada €5</p> <p>Parque e Palácio da Pena: Visita guiada €13</p> <p>Centro Cultural Olga Cadaval: Espectáculo teatral, musical ou de dança €10</p> <p>Debate sobre Os Maias no Centro de Interpretação Queirosiano+ Roteiro Queirosiano com especialista: €12</p>	<p>Palácio da Vila: Visita guiada €5</p> <p>Parque e Palácio da Pena: Visita guiada €13 Caça ao tesouro €5 Aluguer do espaço para jantar e baile €80</p> <p>Parque e Palácio de Monserrate: Visita guiada €5</p> <p>Centro Cultural Olga Cadaval ou Quinta da Regaleira: Espectáculo teatral, musical ou de dança ou actividade “Regaleria Subterrânea” €10</p> <p>Voando em Cynthia: Dramatização no centro de interpretação €10 Roteiro queirosiano com actores €12 Dramatização no Lawrence’s Hotel €20 Peddy-paper “Em busca de Maria Eduarda” €10</p>
Serviços Recreativos e outros de lazer		<p>Sintratur: Passeio em trem puxado por cavalo €27</p>	<p>Sintratur: Passeio em trem puxado por cavalo €27</p> <p>MultiAventura: Voo em ultra-leve ou balão de ar quente €70</p>
Produtos Conexos	<p>Souvenirs (museus) €4</p> <p>Queijadas de Sintra €2</p> <p>Outras compras €2</p>	<p>Souvenirs (museus) €15</p> <p>Garrafas de vinho de Colares €20</p> <p>Queijadas de Sintra €4</p> <p>Outras compras €30</p>	<p>Souvenirs (museus) €20</p> <p>Garrafas de vinho de Colares €20</p> <p>Queijadas de Sintra €4</p> <p>Outras compras €70</p>
Estimativa de despesas em outros produtos característicos do Turismo⁵		<p>Visita a outras atracções durante o tempo livre: €10</p>	<p>Dois almoços organizados individualmente: €30 (2 x €15) Visita a outras atracções durante o tempo livre: €10</p>

⁵ Não incluídos nos pacotes adquiridos.

Anexo Nº 47: Potencial de receitas associado ao Itinerário Literário Queirosiano sobre *Os Maias* – Tabela resumo segundo o tipo de propriedade da entidade

	<i>No Rasto de Carlos da Maia</i>	<i>Geração de 70</i>	<i>Ninho de Amores</i>
Empresas	€7	€260	€590
Sítios patrimoniais e culturais públicos	€7	€28	€208
Entidades sem fins lucrativos	€0 ou €2 (se os professores escolherem fazer o percurso com actores)	€0	€52
Organização do itinerário	€1 ou €3 (se os professores escolherem fazer o percurso com especialista)	€57	€100

Anexo Nº 48: Potencial de receitas associado ao Itinerário Literário Queirosiano sobre Os Maias – Tabela resumo segundo a categoria do produto

<i>Preços em euros</i>	<i>No Rasto de Carlos da Maia</i>	<i>Geração de 70</i>	<i>Ninho de Amores</i>
Alojamento	0	55	210
Alimentação e Bebidas	7	178	283
Transportes e rent-a-car	N/A	15	40
Agências de Viagens, Operadores Turísticos e Guias Turísticos	0	30	60
Serviços Culturais	10	40	170
Serviços Recreativos e outros de Lazer	0	27	97
TOTAL por pessoa	17	345	860
<i>Produtos conexos</i>	<i>8</i>	<i>69</i>	<i>114</i>
<i>Produtos característicos adicionais</i>	<i>N/A</i>	<i>10</i>	<i>40</i>
TOTAL por pessoa (incluindo produtos conexos e produtos característicos adicionais)	25	424	1014
TOTAL por grupo (número mínimo)⁶	340	3450	8600
TOTAL por grupo (número mínimo) (incluindo produtos conexos)	500	4240	10140
TOTAL por grupo (número máximo)	1020	6900	12900
TOTAL por grupo (número máximo) (incluindo produtos conexos)	1500	8480	15210

Os preços indicados são para a época baixa. Para a época alta, acresce 20% ao preço citado para os pacotes *Geração de 70* e *Ninho de Amores*. Os dados nas linhas sombreadas não correspondem a valores fixos incluídos pacote, mas são uma estimativa de possíveis custos adicionais em que os visitantes podem incorrer.

⁶ Número mínimo e máximo de elementos por grupo:
No rasto de Carlos da Maia: 20 – 60 elementos
Geração de 70: 10 – 20 elementos
Ninho de Amores: 10 – 15 elementos

Bibliografia

- Adorno, T. (1970). *Teoria Estética*. Lisboa: Ed. 70.
- Adorno, T., Frankel-Brunswick, E., Levinson, D., et al. (1950). *The Authoritarian Personality*. New York: Harper and Row.
- Adorno, T. & Horkheimer, M. (1972). *Dialectic of Enlightenment*. New York: Herder.
- Alves, R. A. (s/d). *Viajar com Ferreira de Castro*. Coleção Viajar com...os caminhos da literatura. Vila Real: DRCN ; Porto: Caixotim.
- Arnoldi, F. N. & Tagliolini (2003). *La Guida al Turismo Culturale – Dalla formazione all'attività professionale*. Roma: Carocci.
- Azevedo, E. M. P. & Braga, Z. M. C. (1994). *Itinerários Literários – Viajando pela Literatura Portuguesa*. Lisboa: Ed. Asa.
- Baptista, M. M. (2009). *Relatório da Disciplina A Questão da Identidade na Cultura Portuguesa*. Aveiro: Departamento de Línguas e Culturas – Universidade de Aveiro.
- Baudrillard, J. (1997). *Simulacra and Simulation*. Ann Harbor (MI): The University of Michigan Press.
- Beeton, S. (2005). *Film-Induced Tourism*. Clevedon: Channel View Publications.
- Benjamin, W. (1971). *L'homme, Le Langage Et La Culture*. Paris: Denoel.
- Benjamin, W. (1973). *Discursos Interrumpidos I : Filosofia Del Arte Y De La História* (J. Aguirre, Trad.). Madrid: Taurus.
- Benjamin, W. (1975). *A Modernidade E Os Modernos*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Benjamin, W. (1985). *Estéticas Do Cinema* (T. Coelho, Trad.). Lisboa: D. Quixote.
- Bourdieu, P. & Passeron, J. C. (1964). *Les héritiers: les étudiants et la culture*. Paris : Les Éditions de Minuit.
- Buhalis, D. & Peters, M. (2006). SMEs in Tourism. In C. Costa & D. Buhalis (eds.) *Tourism management dynamics: trends, management and tools* (pp. 116-129). Amesterdão: Elsevier.
- Burkart, A. J. & Medlik, S. (1981). *Tourism: Past, Present and Future*. Oxford: Heinemann.
- Campos, A. M. (2000). *Viagem no Portugal de Eça de Queirós*. [S.l.]: Fundação Eça de Queirós.
- Cassirer, E. (1960). *The Philosophy of the Enlightenment*. Boston: Beacon Press.
- Cassirer, E. (1991). *Logique Des Sciences De La Culture: Cinq Études*. Paris: CERF.
- Cassirer, E. (1995). *Ensaio Sobre O Homem – Introdução À Filosofia Da Cultura Humana* (C. Branco, Trad.). Lisboa: Guimarães Editores.
- Cassirer, E. (1998). *Filosofia De Las Formas Simbólicas* (2ª ed). México: Fondo de Cultura Económica.
- Castro, A. P & Oliveira, J. M. (s/d). *Viajar com Camilo Castelo Branco*. Coleção Viajar com...os caminhos da literatura. Vila Real: DRCN; Porto: Caixotim. Castro, L. (s/d). *Viajar com Trindade Coelho*. Vila Real: DRCN ; Porto: Caixotim.
- Castro, L. (s/d a). *Viajar com Eça de Queiroz*. Coleção Viajar com...os caminhos da literatura. Vila Real: DRCN ; Porto: Caixotim.

- Castro, L. (s/d b). *Viajar com José Régio*. Coleção Viajar com...os caminhos da literatura. Vila Real: DRCN ; Porto: Caixotim.
- Chang, T. C., Milne, S., Fallon, D. & Pohlmann, C. (1996). Urban Heritage Tourism: The Global-Local Nexus. *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, (2), pp. 284-305.
- CMS – Câmara Municipal de Sintra (1998). *Sintra: Património da Humanidade*. Sintra: Câmara Municipal de Sintra.
- CMS (2005). Paisagem Cultural de Sintra: Plano de Gestão. Retirado de: http://www.cm-sintra.pt/pgcdr/pg/2_2.html
- CMS (s/d a). *Mapa das freguesias do concelho de Sintra*. [ficheiro em PDF]. Retirado de: <http://www.cm-sintra.pt/anexo/Mapa%20das%20freguesias%20do%20concelho%20de%20Sintra.pdf>
- CMS (s/d b). *Organograma da Câmara Municipal de Sintra*. Retirado a 08.05.2009 de: <http://www.cm-sintra.pt/organograma.aspx>
- CMS (s/d c). *Paisagem Cultural da Vila e da Serra de Sintra*. Retirado a 05.04.2009 de: <http://www.cm-sintra.pt/Artigo.aspx?ID=2594>
- CMS – GSIG/GPE (2000). *Dinâmica de instalação das actividades económicas no Concelho de Sintra*. Sintra: Câmara Municipal de Sintra.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. (2005). *Tourism: Principles and Practice*. Harlow: Pearson Education.
- Correia, A. (s/d). *Viajar com Aquilino Ribeiro*. Coleção Viajar com...os caminhos da literatura. Vila Real: DRCN ; Porto: Caixotim.
- Costa, C. (1996). *Towards the improvement of the efficiency and effectiveness of tourism planning and development at the regional level. Planning, organisations and networks : the case of Portugal*. Tese de Doutoramento. Guildford: University of Surrey.
- Costa, C. (2003). *Avaliação do II Quadro Comunitário de Apoio – Componente Turismo*. Lisboa: Secretaria de Estado do Turismo/Universidade de Aveiro.
- Costa, C. (2005). Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). *Análise Social*. vol. XL (175), pp. 279-295.
- Costa, C. (2006a). Cenários de Evolução do Turismo Mundial – Opções de Estratégia. *Challenges* [slides em PowerPoint]. Retirado de: http://institucional.turismo.gov.br/fmt/AIT3-6-1_2.pdf.
- Costa, C. (2006b). Tourism Planning, Development and the Territory. In C. Costa & D. Buhalis (Eds.), *Tourism management dynamics: trends, management and tools* (pp. 236-243). Amesterdão: Elsevier.
- Costa, C., Breda, Z., Costa, R. & Miguéns, J. (2008). The Benefits of Networks for Small and Medium Sized Tourism Enterprises. In N. Scott, R. Baggio & C. Cooper (Eds.), *Network analysis and tourism: from theory to practice* (pp. 96-114). Clevedon: Channel View Publications.
- Costa, C. & Buhalis, D. (2006). Introduction. In C. Costa & D. Buhalis (Eds), *Tourism business frontiers: consumers, products and industry* (pp. 1-6). Amesterdão: Elsevier.

- Curado, H. C. (1996). Cultural Tourism in Portugal. In G. Richards (Ed.). *Cultural Tourism in Europe*. CABI: Wallingford.
- Derrida, J. (1967). *L'écriture Et La Différence*. Paris: Seuil.
- Derrida, J. (1987). *Psyché. Invention De L'autre*. Paris: Galilée.
- Eco, U. (1983). *Leitura do Texto Literário. Lector in Fabula*. Lisboa: Presença.
- Eco, U. (1985). *Trattato di semiotica generale*. Milão: Bompiani.
- Eliot, T. S. (1996). *Notas Para a Definição De Cultura*. Lisboa: Edições Século XXI.
- Ellis, J. M. (1974). *The Theory of Literary Criticism: A Logical Analysis*. Berkeley: University of California Press.
- Eusébio, C. A., Castro, E. A. & Costa, C. (2008). Diversidade no Mercado Turístico da Região Centro de Portugal: Identificação dos segmentos de maior valor económico em termos de Actividades Turísticas praticadas. *Revista Turismo e Desenvolvimento*. Vol. 10, pp. 9 -24.
- Fawcett, C. & Cormack, P. (2001). Guarding Authenticity at Literary Tourism Sites. *Annals of Tourism Research*. Vol. 28(3), pp. 686-704.
- Fish, S. (1980). *Is there a text in this class? The authority of interpretive communities*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Flor, J. A. (1998). A paisagem de Sintra natura, cultura, literatura. In Câmara Municipal de Sintra, coord. José Cardim Ribeiro. *Sintra: Património da Humanidade* (pp. 73-74). Sintra: Câmara Municipal de Sintra.
- Foucault, M. (1983). Structuralism and Post-Structuralism. *Telos*. Nº. 16, pp. 195-211.
- Foucault, M. (1991). *As Palavras E as Coisas – Uma Arqueologia Das Ciências Humanas* (A. R. Rosa, Trad.). Lisboa: Ed. 70.
- Foucault, M. (1995). *A Arqueologia Do Saber* (4ª ed). Rio de Janeiro: Forense Universitaria.
- Foucault, M. (1997). *A Ordem Do Discurso (Aula Inaugural No Collège De France, Pronunciada Em 2 De Dezembro De 1970)* (Ver. N. Nabais & L. F. A. Sampaio, Trad.). Lisboa: Relógio d'Água.
- GANEC – Gabinete de Análise Económica da FEUNL (2005a). *Plano de Desenvolvimento Estratégico do Concelho de Sintra – Diagnóstico da Situação Actual*. [slides em PowerPoint]. Retirado de: http://www.cm-sintra.pt/PlanoDesenvolvimento_files/frame.htm.
- GANEC (2005b). *Plano de Desenvolvimento Estratégico do Concelho de Sintra. Definição do "Futuro Desejado" – A Sintra ideal em 2015*. [slides em PowerPoint]. Retirado de: http://www.cm-sintra.pt/SintraIdeal2015_files/frame.htm
- GANEC (2006). *Plano de Desenvolvimento Estratégico de Sintra – Sintra 2015. Modelo de Desenvolvimento*. [slides em PowerPoint]. Retirado de: http://www.cm-sintra.pt/PowerPoint/MD_files/frame.htm
- Getz, D. (s/d). *Arts, Culture and Tourism: Partnerships and Challenges* [slides em PowerPoint]. Retirado de: <http://www.linkbc.ca/torc/downloads1/ArtsCultureAndTourism.pdf>
- Goes, M. A. (s/d). *À Mesa com Eça de Queirós*. Sintra: Colares Editora.

- Goulding, C. (1999) Interpretation and Presentation. In A. Leask & I. Yeoman (Eds.). *Heritage Visitor Attractions – An operations management perspective* (pp. 54-68). Londres: Cassell.
- Gratton, C. (1996). The Economic Context of Cultural Tourism. In G. Richards (Ed.). *Cultural Tourism in Europe*. CABI: Wallingford.
- Gunn, C. A. (1993). *Tourism planning: basics, concepts, cases* (3ª ed.). Washington: Taylor & Francis.
- Hales, C. (2006). Organizations and Management in the Future. C. Costa & D. Buhalis (eds.) *Tourism management dynamics: trends, management and tools* (pp. 87-96). Amesterdão: Elsevier.
- Hall, C. M & Williams, A. M. (2008). *Tourism and Innovation*. New York: Routledge
- Halliday, F. E. (1981). Prefácio de *An Illustrated Cultural History of England*. Londres: Thames and Hudson.
- Hegel (1965). *La Raison Dans L'histoire*. Paris: Plon.
- Hegel (1993). *Estética* (A. Ribeiro & O. Vitorino, Trad.) (2ª ed). Lisboa: Guimarães Editores.
- Hegel (s/d). *La Phénoménologie De L'esprit* (J. Hyppolite, Trad.). Paris, Aubier: Ed. Montaigne.
- Herbert, D. T. (1996). Artistic and literary places in France as tourist attractions. *Tourism Management*. Vol. 17 (2), pp. 77-85.
- Herbert, D. T. (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*. Vol. 28 (2), pp. 312-333.
- Holloway, J. C. (1989). *The business of Tourism*. Londres: Pitman.
- Horkheimer, M. (2000). *Teoría Tradicional Y Teoría Crítica*. Barcelona: Paidós.
- INE (2002a). *Censos 2001. Resultados Definitivos – Lisboa*. Lisboa: INE.
- INE (2002b). *Censos 2001. Resultados Definitivos – Portugal*. Lisboa: INE.
- INE (2003). *Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio – 2002*. Lisboa: INE.
- INE (2008). *Anuário Estatístico da Região Lisboa 2007*. Lisboa: INE.
- Inside Lisboa (2005). *Perfil Global do Passageiro low-cost do aeroporto de Lisboa*. Retirado de <<http://www.lpmcom.pt/cms/insidelisboa/noticia.php?noticia=214&lang=PT&nid=211>>
- Iser, W. (1976). *Der Akt des Lesens*. Munique: Fink.
- Jakobson, R. (1973). *Questions de poétique*. Paris : Éditions du Seuil.
- Jauß, H. R. (1969). *Literaturgeschichte als Provokation der Literaturwissenschaft*. Constança: Universitätsdruckerei.
- Jennings, G. & Weiler, B. (2005). Mediating Meaning: Perspectives on Brokering Quality Tourist Experiences. In G. Jennings & N. P. Nickerson (eds.). *Quality Tourism Experiences*. (pp. 57-58). Burlington: Elsevier.
- Jones, C., Hesterly, W. & Borgatti, S. (1997). A general theory of network governance: Exchange conditions and social mechanisms. *Academy of Management Review* 22 (4). Retirado a 9 de Março de 2009 de http://www.accessmylibrary.com/coms2/summary_0286-297587_ITM.

- Jornal Opção Turismo (20 de Dezembro de 2005). Voos low-cost são valor seguro para Turismo de Lisboa. *Jornal Opção Turismo*. Retirado de <<http://www.opcaoturismo.com/reportagens.php?id=137>>
- Kotler, P., Haider, D.H. & Rein, I. (1993) *Marketing Places: Attracting Investments, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations*. New York: Free Press.
- Leiper, N. (1979). The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourism Industry. *Annals of Tourism Research*, Vol. 6, pp. 390-407.
- Lotman, J. (1996). *La semiosfera*. Madrid: Cátedra.
- Lotman, J. (1988). L'histoire De La Culture: Cheminement Vers Le Futur. *Sciences Sociales*. Vol. 2 (72) pp. 155-16.
- Lotman, J. (1990). *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. Bloomington: Indiana University Press.
- Lucas, I. & Alexandrino, P. (2000). *Viagens com Garrett*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Liotard, J.-F. (1987). *O Pós-Moderno Explicado Às Crianças* (T. Coelho, Trad.). Lisboa: Publicações D.Quixote.
- Liotard, J.-F. (1989). *A Condição Pós-Moderna* (J. B. Miranda). Lisboa: Gradiva.
- Machado, A. M. (1998). Sintra Romântica e o Dandismo em Eça de Queirós. In Instituto de Sintra, *Romantismo: Imagem de Portugal na Europa Romântica* (pp. 265-270). Sintra: Instituto de Sintra.
- Macionis, N. (2004). Understanding the Film-Induced Tourist. In W. Frost, G. Croy, & S. Beeton (eds.). *International Tourism and Media Conference Proceedings*. 24th-26th November 2004 (pp. 86-97). Melbourne: Tourism Research Unit, Monash University.
- Manente, M. & Minghetti, V. (2006). Destination management organizations and actors. In C. Costa & D. Buhalis (eds.) *Tourism business frontiers: consumers, products and industry* (pp. 228-237). Amesterdão: Elsevier.
- Marcuse, H. (1964). *One-Dimensional Man*. Boston: Beacon Press.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1990). *Tourism: economic, physical and social impacts*. Harlow (Essex): Longman Scientific & Technical
- Matos, A. C. (1985). *Imagens do Portugal Queirosiano*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da moeda.
- Matos, A. C. (2000). *Viagem no Portugal de Eça de Queiroz*. S.l.: Fundação Eça de Queiroz.
- Medeiros, C. A. (2005). *Geografia de Portugal: Actividade Económica e Espaços Geográficos*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Medeiros, C. A. (2006). *Geografia de Portugal: Planeamento e Ordenamento do Território*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Mendes, M. C. G. (2007). *Na senda Estética e Poética dos Itinerários Turísticos e Literários: O Vale do Lima*. Tese de Mestrado. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Middleton, V. T. C. (1988). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth and Heinemann.

- Middleton, V.T.C. (1989). Overall Tourism Product. S. Witt & L. Moutinho (eds). *Tourism Marketing and Management Handbook* (pp. 334-341). New York: Prentice Hall.
- Müller, D. K. (2006). Unplanned Development of Literary Tourism in Two Municipalities in Rural Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol 6 (3), pp. 214-228.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. New York: Routledge.
- Nietzsche, F. (1976). *Considerações Intempestivas*. Lisboa: Presença.
- Nietzsche, F. (1996). O Nascimento Da Tragédia Ou O Mundo Grego E Pessimismo. In A. Marques (ed.) *Obras Escolhidas De Nietzsche* (pp. 5-178). Lisboa: Círculo de Leitores.
- Núcleo Coordenador do Conselho Local de Acção Social de Sintra (2004). *Diagnóstico social do concelho de Sintra*. Sintra: CLAS.
- Olsberg|SPI (2007). *How Film and Television Programmes Promote Tourism in the UK*. Londres: Olsberg|SPI.
- Organização Mundial do Turismo (1999). *Conta satélite do turismo (CST): quadro conceptual*. Madrid: Organização Mundial do Turismo.
- Peirce, C. S. (1935). *Collected Papers*. Cambridge: Harvard University Press.
- Pereira, H. M. S. (s/d). *Viajar com Guerra Junqueiro*. Colecção Viajar com...os caminhos da literatura. Vila Real: DRCN ; Porto: Caixotim.
- Queirós, Eça (1975). *Os Maias. Episódios da Vida Romântica*. Círculo de Leitores: Lisboa.
- Reis, L. & Helena, M. (2005). *Sintra: A história se fez jardim*. Lisboa: Sete Caminhos.
- Richards, G. (1996). Production and Consumption of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*. Vol. 23 (2), pp. 261-283.
- Richards, G. (Ed.). (2000). *Cultural Tourism in Europe*. CABI: Wallingford.
- Ricoeur, P. (1985). *Temps Et Récit Iii - Le Temps Raconté*. Paris: Ed. du Seuil.
- Ritzer, G., & Liska, A. (1997). McDisneyzation and post-tourism: complementary perspectives on contemporary tourism. In C. Rojek & J. Urry (Eds.), *Touring cultures, transformations of travel and theory* (pp. 96-109). London New York: Routledge.
- Rodil, J. (2000). *Sintra na Obra de Eça de Queiroz*. Sintra: Câmara Municipal.
- Samuel, P. (s/d). *Viajar com Teixeira de Pascoaes*. Colecção Viajar com...os caminhos da literatura. Vila Real: DRCN ; Porto: Caixotim.
- Saraiva, António José (1993). *(O Que É) Cultura*. Lisboa: Difusão Central.
- Schmidt, S. J. (1976). Towards a Pragmatic Interpretation of 'Fictionality'. Teun A. van Dijk (Ed.). *Pragmatics of Language and Literature* (pp. 161-178). Amsterdão: Noord Holland.
- Scott, N., Baggio, R. & Cooper, C. (2008). The Network Concept and Tourism. In N.Scott, R. Baggio & C. Cooper (Eds.), *Network analysis and tourism: from theory to practice* (pp. 15-23). Clevedon: Channel View Publications.
- Serrão, V. (1989). *Sintra*. Lisboa: Editorial Presença.
- Shields, R.(1992). *Places on the margin: alternative geographies of modernity*. London: Routledge.
- Silva, V. M. A. (2005). *Teoria da Literatura*. Coimbra: Livraria Almedina.

- Simmel, G. (1998). Le Concept Et La Tragédie De La Culture. *La Tragédie De La Culture Et Autres Essais* (pp. 179-217). Paris: Rivages Poche.
- Smith, S. L. J. (1990) *Tourism analysis: a handbook* (2ª ed.). Harlow: Longman.
- Squire, S. J. (1996). Literary Tourism and Sustainable Tourism: Promoting 'Anne of Green Gables? In Prince Edward Island. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol 4 (3), pp. 119-134.
- Turismo de Portugal (s/d). *Conta Satélite do Turismo. Turismo: Actividade Económica 2000-2007*. [documento em PDF]. Retirado de:
<[http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/estudoseestatisticas/AneXos/CSTP%20\(maio08\)%20-%20versao%20compacta.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/estudoseestatisticas/AneXos/CSTP%20(maio08)%20-%20versao%20compacta.pdf)>
- Turismo de Portugal (2008, 31 de Outubro). *Imagem de marca forte pode manter Europa como primeiro destino mundial*. Retirado de:
<<http://www.turismodeportugal.pt/touringepatrimonio/noticias.aspx?content=256>>
- UNESCO (s/d). Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural. [documento em PDF]. Retirado de: <http://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf>
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.
- Vattimo, G. (1991). *A Sociedade Transparente* (C. A.de Brito, Trad.). Lisboa: Ed. 70.

Webgrafia

Best practices:

- www.frenchvacation.com
<http://www.frenchvacation.com/images/pdf/tours/DVCtours.pdf>
- www.paris-expat.com/tours/davinci_code.html
paris.conciergerie.com/tour/da_vinci_code.php#DetailedInfo
- www.hpfantrips.com
www.dublinpubcrawl.com
www.noveexplorations.com
www.casterbridgetours.com
<http://www.casterbridgetours.com/US/special.html>
www.britishtours.com
<http://www.britishtours.com/rates.html#overnight>
www.rheinischersagenweg.de
www.deutsche-maerchenstrasse.de
<http://www.toeurope.eu/tourDetail.aspx?tour=24ba9034-bfa7-49d9-aa0e-86734b891cfd>

Itinerários literários em Portugal:

- www.cm-sintra.pt/AgendaCulturalArtigo.aspx?IDArtigo=978&IDMagazine=59
<http://www.cm-sintra.pt/NoticiaDisplay.aspx?ID=3387>

http://www.agendax.pt/cgi-bin/iportal_agendax/W0000947.html?area=Visitas%20Guiadas&tabela=visitas&genero=&datas=&dia=&mes=&ano=&numero_resultados=
http://dn.sapo.pt/inicio/interior.aspx?content_id=587904
<http://www.viajarcom.org/>
<http://www.mil-andancas.pt/arquivos/Rota%20Escritores.pdf>
http://www.pintolopesviagens.com/pdf/portugal/rota_escritores.pdf
<http://www.feq.pt>
<http://www.geira.pt/museus/atrio/index.asp?id=4>
<http://www.geira.pt/cmjoseregio/>
<http://www.fundacaoeugenioandrade.pt/>
<http://casafernandopessoa.cm-lisboa.pt/index.php?id=2258>
<http://www.cm-coimbra.pt/cmmtorga/mtorga.htm>